Министерство образования и науки Краснодарского края
Министерство курортов и туризма Краснодарского края
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра международного туризма и менеджмента
Кафедра экономической, социальной и политической географии
Межрегиональная общественная организация
«Ассоциация выпускников географических факультетов»
Абхазский государственный университет

КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

Материалы
III Международной научно-практической конференции
пос. Небуг, 22–24 апреля 2015 г.

Краснодар
2015

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433
К 935

Редакционная коллегия:
М.Б. Астапов, М.Ю. Беликов, В.В. Миненкова, Д.В. Максимов,
Н.А. Комаревцева, А.Г. Максименко, И.А. Романова

К 935 Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2015. – 436 с. – 100 экз.
ISBN 978-5-8209-1097-5

В данное издание вошли материалы III Международной научно-практической конференции, посвященной поиску новых путей развития туризма территорий, повышению эффективности функционирования курортно-рекреационного комплекса.

Материалы конференции характеризуются многоаспектным исследованием прикладных и теоретических вопросов развития туризма. Рассматриваются нормативно-правовое регулирование деятельности функциональных систем курортно-рекреационного комплекса, статистический учет в туризме, управление качеством услуг в курортно-рекреационном комплексе, туристско-рекреационный потенциал территорий, их устойчивое развитие, региональный брендинг, экскурсионное обслуживание, подготовка кадров, управление персоналом, инновационные процессы в сфере рекреации, туризма, сервиса.

Адресуется специалистам-практикам, преподавателям учебных заведений, аспирантам, студентам и всем, кто интересуется развитием курортно-рекреационного комплекса в регионах.

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433

ISBN 978-5-8209-1097-5

© Кубанский государственный университет, 2015

ПРЕДИСЛОВИЕ

Организация III Международной научно-практической конференции – результат совместной работы администрации Краснодарского края, специалистов, представляющих Абхазский государственный университет и Кубанский государственный университет.

III Международная научно-практическая конференция туристской направленности, традиционно проводимая в Краснодарском крае по инициативе кафедры международного туризма и менеджмента географического факультета Кубанского государственного университета и Министерства курортов и туризма Краснодарского края, нашла поддержку среди региональных организаций. Широкий круг обсуждаемых проблем находит отражение в туристической стратегии регионов России и зарубежных стан, в деятельности организаций и предприятий индустрии туризма.

Актуальность темы, обозначенной в названии конференции: «Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы», заключается в необходимости обобщения опыта ученых и практиков в вопросах развития рекреации с учетом концепции устойчивого развития территорий, формирования маркетинговой политики нового туристского продукта и его имиджа, обмена опытом в подготовке кадров в сфере туризма, сервиса и рекреации.

III Международная конференция, посвященная региональным и государственным проблемам развития курортно-рекреационного комплекса, проводится в Краснодарском крае – главном курортно-рекреационном регионе России, который демонстрирует актуальность вопросов освещенных на конференции.

Мы благодарны участникам международной конференции и желаем всем удачи и творческих успехов! Надеемся, что плодотворная работа конференции и вошедшие в данное издание материалы будут способствовать прогрессивному развитию курортно-рекреационного комплекса России и других государств.

М.Ю. Беликов, декан географического факультета Кубанского государственного университета, заведующий кафедрой международного туризма и менеджмента, доктор географических наук, профессор, заслуженный работник курортов Кубани.

А.Ю. Александрова

ТУРИЗМ В ЭПОХУ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Summary: The article focuses on the poorly studied problem of tourist experiences. The tourist experiences at different stages of trip are examined in detail.

Keywords: tourism, tourist experience, tourist destination

Деятельность никакая невозможна
без подъёма производства впечатлений
(произвёл? не произвёл впечатленье? и какое?)
Побеждает впечатленье страшной силы!
Ю. Морриц

Рубеж XX–XXI вв. отмечен глубокими изменениями в разных сферах экономики и ее вступлением в эпоху впечатлений. Современный массовый потребитель, пресыщенный товарными ценностями, не удовлетворяется «хлебом без зрелищ». Уходит в прошлое рациональность его экономического поведения, определяемого соотношением цены и качества продукта. Сегодня он испытывает страсть к впечатлениям и руководствуется количеством позитивных эмоций на единицу товара или услуги. Чувства и переживания потребителя оказались в эпицентре новой экономики. Впечатления, отделившись от товаров и услуг, превратились в особый, пока мало изученный вид экономического предложения, а бизнес – «в филиал театра». Можно сопоставить разницу восприятия потребителем следующих категорий: товаров, услуг и впечатлений:

Товар	*Услуга*	*Впечатление*
материальное	нематериальное	запоминающееся
стандартизированное	персонализированное	личное
по описи	по требованию	проявляется со временем

Суть туризма состоит в потреблении впечатлений, в процессе которого человек приобретает туристский опыт. Различают сенсорный, эмоциональный, когнитивный и поведенческий опыт [3].

Сенсорный опыт турист получает благодаря органам чувств, например восприятию красок восточного базара, звуков и запаха леса, вкусовым ощущениям при дегустации блюд местной кухни, осязанию теплого песка под ступней ноги на пляже и т.д.

Эмоциональный опыт состоит в настроении, переживаниях, возникающих у человека посредством ассоциаций, например, с атмосферой гостеприимства, царящей в туристской дестинации.

Когнитивный опыт связан с сознательными мыслительными процессами, например, размышлениями у музейного экспоната или покупкой сувениров, напоминающих о посещении туристской дестинации.

Наконец, *поведенческий опыт* возникает в результате практических действий, например, во время танцев в ночном клубе или занятий виндсерфингом в курортной дестинации.

Туристский опыт есть совокупность всех впечатлений, сложившихся у посетителя от поездки. Он испытывает комплекс эмоций, в основном положительных, и достигает определенного физического и духовного состояния – все это определяет удовлетворенность, лояльность, приверженность, то есть отношение посетителя как потребителя к туристской дестинации или компании (бренду).

Потребительский опыт – это вполне реальная практика, о ценности которой свидетельствуют следующие данные:

– 87% клиентов никогда не совершают повторных покупок у компании, если их первый опыт взаимодействия с ней оказался неудачным;

– о хорошем опыте потребитель расскажет в среднем восьми человекам, о плохом – более, чем 22;

– для «нейтрализации» одного плохого опыта потребителя требуется не менее 10 положительных контактов [2].

Туристский опыт возникает не только во время экскурсий или посещения аттракционов. Он складывается на всех этапах путешествия во многих точках контакта с туристскими компаниями, местным населением, достопримечательностями и пр. Процесс приобретения туристского опыта начинается в регионе, генерирующем туристские потоки, во время подготовки путешествия.

Потенциальный посетитель получает впечатления и знания, когда собирает информацию о туристской дестинации, изучает предложение (достопримечательности, возможности занятий теми или иными видами туристской деятельности, инфраструктуру, сервис и пр.), сравнивает цены с другими туристскими направлениями, читает отзывы о пребывании в дестинации в блогах или на других сайтах, обсуждает варианты путешествия с друзьями. Поездка в туристскую дестинацию обычно планируется заранее. Потребитель может готовиться к покупке тура месяцами, а иногда годами, мечтая и предвкушая наслаждение.

Следующие точки контакта возникают, когда потребитель принимает решение о покупке тура в понравившуюся туристскую дестинацию. Он бронирует (покупает) туристские услуги пакетом или каждую из них в отдельности.

Туристский опыт обогащается при переезде к основному месту назначения через транзитную территорию. Особую роль на этом этапе играют транспортные компании и точки контактов с ними.

Наиболее яркие впечатления посетитель рассчитывает получить во время пребывания в туристской дестинации, где сосредоточена основная часть точек контакта. По данным Всемирной туристской организации, во время семидневного пребывания в отдаленном туристском центре посетитель вступает в экономические отношения с 30–50 фирмами, включая средства размещения, экскурсионные бюро, магазины туристской литературы, страховые компании, пункты обмена валюты, такси, сувенирные магазины и т.д. [5]. В дестинации турист вступает не только в экономические связи, но также в социальные и культурные контакты, контакты с окружающей природной средой. Здесь он получает главный сенсорный, эмоциональный, когнитивный и поведенческий туристский опыт.

Не прекращается этот процесс и на обратном пути к месту постоянного проживания. Даже после окончания путешествия посетитель продолжает приобретать опыт, вспоминая и оценивая поездку, обсуждая полученные впечатления и знания, пережитые ощущения в социальных сетях, блогах и на других сайтах, при личных встречах и т.д. Пост-покупочная стадия, когда человек рефлексирует о путешествии, может длиться очень долго. Сделанные в поездке фотографии и видеоматериалы еще больше растягивают этот период. С их помощью пережитые ощущения визуализируются, ими можно поделиться с окружающими.

Пять последовательных этапов получения туристского опыта отражены в табл. 1.

Табл. 1. – Процесс накопления туристского опыта [4]

Регион, генерирующий туристские потоки / место постоянного жительства	Транзитный регион	Туристская дестинация
1. Принятие решения о поездке и ожидания		
	2. Впечатления при переезде в туристскую дестинацию	
		3. Впечатления от пребывания в дестинации
	4. Впечатления на обратном пути из дестинации домой	
5. Воспоминания о поездке и дестинации и их влияние на будущие решения о туристских поездках		

Туристский опыт может накапливаться [4]. Это одна из главных его характеристик. Каждое новое впечатление будет дополнять сумму предшествующих, следовательно, способствовать более глубокому пониманию окружающей действительности во всей ее сложности и многообразии, а также повышению ожиданий посетителя от поездки. Отрицательные эмоции, полученные на одном из этапов путешествия, могут негативно окрасить общее впечатление от поездки, поэтому так важно комплексно подходить к сфере туризма.

Туристский опыт человек накапливает всю жизнь. Он тщательно формирует и надежно хранит свой «багаж» впечатлений. Этот «багаж» неотделим от человека и везде его сопровождает. Он определяет поведение посетителя. Зная прежний туристский опыт человека, можно спрогнозировать его поведение. Как на работе, накопленные в процессе труда знания, навыки и умения влияют на выбор нового места профессиональной деятельности, так и в туризме весь предшествующий опыт посетителя определяет будущие предпочтения, решения о покупке туристских продуктов и характер занятий в туристской дестинации. Теоретически такой прогноз можно

дать не только для отдельного частного случая, конкретной поездки, но распространить его на туристское потребление в целом и на более отдаленную перспективу, например на всю жизнь человека, с тем, чтобы раскрыть феномен туризма.

Список использованных источников

1. *Пайн Б.Дж., Гильмор Дж.Х.* Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М., 2005.
2. *Эль-Кухун Г.* Экономика потребительского опыта. URL: http://jarki.ru/wpress/2010.
3. *Brakus J.J., Schmitt B.H., Zarantonello L.* Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? // Journal of Marketing. 2009.
4. *Cooper C., Hall C.M.* Contemporary tourism: an international approach. Oxford, 2008.
5. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. Madrid, 2000.

С.И. Андреянова

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ЭКСКУРСОВОДОВ В РОССИИ

Северо-Кавказский федеральный университет

Summary: This article is about the educational experiment for tour guides. We used different educational programs from Soviet classical heritage to modern IT. And we've got evaluation of progress of these educational programs.

Keywords: training of tour guides, Soviet Union, educational program, information technology.

Рекреационная сфера России обладает колоссальными возможностями для развития различных видов туризма – культурно-познавательного, религиозного, экологического и многих других. Долгое время «железный занавес» Советского Союза препятствовал развитию внешнего туризма. На этом фоне внутренний туризм развивался по своим особым законом. Пристальное внимание

уделялось подготовке экскурсоводов как «орудию» идеологической пропаганды. С момента окончания Советской эпохи прошло уже достаточно времени, однако кардинальных изменений в области подготовки экскурсоводов так и не произошло. Следствием этого является низкая квалификация и нехватка российских экскурсоводов даже для нужд внутреннего туризма (по приблизительным оценкам, можно говорить о том, что из сотни человек успешно прошедших подготовку по данному направлению, только два продолжают карьеру по специальности) [1].

В настоящее время экскурсовод в России это очень интересная, перспективная, а главное – востребованная профессия. Так почему же в этой отрасли в последние годы наблюдается такая острая нехватка специалистов? При ответе на данный вопрос недостаточно простого факторного анализа (уровень заработной платы, кризис в экономике и т.д.)

Нами были подготовлены три экспериментальные группы студентов, будущих экскурсоводов, при использовании разных образовательных подходов. Общий курс обучения был рассчитан на 72 академических часа (табл. 1).

Табл. 1. – Структура учебного курса подготовки экскурсоводов

Наименование дисциплины	Количество часов
Экскурсоведение	52
Ораторское искусство	3
Психология группового общения	5
Краеведение	12
Всего	72

Важно отметить, что главной целью данных курсов была подготовка широкопрофильных экскурсоводов, получивших умения и навыки достаточные для быстрой адаптации в условиях нового экскурсионного маршрута, района, региона. Тем не менее, обучающиеся должны были обладать базовыми краеведческими знаниями, что определялось посредством вступительного тестирования. Поэтому, как видно из данных табл. 1, задачей учебной дисциплины «краеведение» было не приобретение, а дополнение и структурирование имеющихся у слушателей знаний в области истории, географии, этнологии и др. Особый упор делался на работу с источниками информации: литературными, архивными,

фольклорными, сети Интернет и др. Образовательный эксперимент относился главным образом к дисциплине «экскурсоведение». Остальная часть оставалась неизменной.

Первая группа студентов занималась по классической программе, основанной на опыте подготовки экскурсоводов в Советском Союзе [2, 4]. Курс начинался с презентации обзорной экскурсии по Ставрополю и введения в профессию. Далее рассматривалась структура экскурсии и ее виды, после чего начинались практические занятия, посвященные приемам и средствам проведения экскурсии [3]. Итогом работы первой образовательной группы стали обзорные экскурсии по различным участкам г. Ставрополя (парковая зона, историческая зона, зона новой жилой застройки, университетский кампус), а так же путевая экскурсия в Республику Адыгея и на экскурсионных объектах рекреационного района Лагонаки.

В учебный курс *второй группы* студентов не входила презентация экскурсии по городу руководителем программы. Таким образом, во время обучения у каждого из студентов формировалось индивидуальное представление о шаблонном экскурсионном процессе. Этому способствовало включению в образовательный процесс видеоматериалов экскурсий, проводимых в разных частях света, через призму различных культур и идеологий, а так же тренинги-импровизации, технологии кейс-стади и разработка авторской тематической экскурсии каждым студентом [5].

В основу подготовки *третьей группы* была положена технология коллективного обучения. В процессе обучения студенты не получали никакой информации о структуре, приемах и целях экскурсионной работы. Все теоретические аспекты экскурсоведения выводились ими самостоятельно в группах по 4–5 чел., и затем презентовались с примерами для своих одногруппников [6]. Итогом работы данной группы стала разработка групповых тематических экскурсий. Прежде всего, оценивалась их креативность. Студенты использовали такие дополнительные материалы («портфель экскурсовода») как фрагменты аудио и видео-записей, фотографии, картины, маскарадные элементы и др.

Общий курс подготовки трех данных групп занимал 2 учебных года. За это время удостоверение экскурсовода получили 53 чел. Результаты данного образовательного эксперимента можно разделить на следующие группы:

А) Туристические кадры: в настоящий момент по специальности «экскурсовод» из 53 человек работают 7 чел. и 2 гида-проводника по горным районам Северного Кавказа. Ранее упоминалось о статистике трудоустроенных экскурсоводов (100:2 или 2%); нам удалось изменить ее в лучшую сторону (53:7 или 13%).

Б) Образовательные: 6 трудоустроенных экскурсоводов и 2 гида-проводника – это выпускники первой (классической) образовательной группы. Большинство студентов успешно проявивших себя во 2-й и 3-й образовательных группах трудоустроены в других направлениях, связанных с краеведением – Центры туризма краеведения и экологии г. Ставрополя, учителя и руководители краеведческих кружков в школах, менеджеры туристических предприятий. Безусловно, 53 выпускника это еще не основание для выявления глобальных закономерностей в данном вопросе. Стоит отметить, что российское образование ориентировано на структурированные учебные курсы с минимальной самостоятельной работой.

В) Новаторские: в процессе обучения студентов были разработаны новые экскурсионные продукты, которые в настоящее время внедрены в перечень услуг тур-предприятий г. Ставрополя – «Академия туризма», СБП «Турист», «Тур-Навигатор».

Список использованных источников

1. Образовательный портал. URL: http://www.moeobrazovanie.ru/ professions_gid_ekskursovod _statistika.html.
2. Особенности подготовки и проведения обзорных (многоплановых экскурсий). М., 1975.
3. Подготовка и повышение квалификации экскурсоводов. М., 1975.
4. Подготовка и проведение экскурсий. М., 1973.
5. *Ap J.; Wong K.K.F.* Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems // Tourism Management. 2001. Vol. 22. №5.
6. *Collins V.R.* Becoming a Tour Guide: The Principles of Guiding and Site Interpretation. Cengage Learning EMEA, 2000.

В.В. Анисимова, И.А. Романова, М.Л. Некрасова

ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СЕРВИСНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА КУБГУ

Кубанский государственный университет

Summary: In the course of studying of new pedagogical technologies there was a need for carrying out research which main goal is studying of possibility of their introduction and active application in higher education institutions of the Russian Federation.

Keywords: education, pedagogical technologies, types styles of lectures, service direction, bachelor degree.

При реализации услуг в образовании особое место отводится применению педагогических технологий, с помощью которых происходит реализация образовательных целей. Педагогическая технология – системный метод создания, применения и определения всего процесса преподавания и усвоения знаний с учётом технических и человеческих ресурсов и их взаимодействия [3]. В современных условиях применение новых педагогических технологий воспринимается как искусство, которое заставляет педагога отказываться от шаблонов.

В процессе изучения новых педагогических технологий возникла необходимость в проведении исследования, главной целью которого является повышение доступности излагаемого материала и заинтересованности студенческой аудитории в продолжение его самостоятельного изучения.

Исследование было проведено на основе применения новых видов-стилей лекций:

Академическая лекция – традиционная, для которой характерны высокий научный уровень, чёткий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы. Цельная композиция лекции не допускает ответвлений мысли, характерен монологический стиль. Студенты конспектируют лекцию.

Лекция-цитата – материал лекции построен на высказываниях учёных, исследователей, экспертов по изучаемой теме. В конце делаются выводы, и предоставляется список использованных

источников для дальнейшего изучения. Все цитаты обсуждаются в ходе дискуссии, важные мысли конспектируются.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить и получить новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний студент получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя.

Диалоговая лекция – содержание подаётся через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции. Применяется техника «обратной связи». Форма лекции представляет собой своеобразную имитацию профессиональной ситуации, в условиях которой необходимо воспринимать, осмысливать и оценивать большое количество информации.

Лекция-визуализация – основное содержание лекции представлено в образной форме (в рисунках, графиках, схемах, фотографиях, презентациях и т.п.). Визуализация рассматривается как способ активации мышления и способ обучения перекодированием информации с помощью разных знаковых систем. Одна из её форм – *лекция-презентация с элементами диалога* (интерактивная форма), используется текстовая, аудио- и видеоинформация, иллюстрации, репродукции, карты и т.п.

Комбинированная лекция – лекция с демонстрацией иллюстративного, аудио и видеоматериала, примеров.

Исследование было проведено в рамках Географического факультета КубГУ на сервисных направлениях. Была выбрана целевая аудитория – студенты направлений подготовки – Туризм, Гостиничное дело и Сервис с 1 по 3 курсы очной формы обучения и проведено анкетирование указанных респондентов. В ходе исследования было опрошено *230 респондентов*.

Результаты исследования получились весьма интересными. На вопрос: «Какие виды-стили лекций чаще всего применяются на занятиях?» 42% респондентов указали на Академическую лекцию, 23% на лекцию-визуализацию и 17% на лекцию диалоговую лекцию. Постоянное использование Академической лекции не приведёт к переходу от пассивного обучения к активному. Но с другой видно, что преподаватели используют и другие виды лекций.

Результаты ответа на вопрос: «Какова, по Вашему мнению, наиболее интересная лекция из предложенных?» показали, что

наибольший интерес у студентов вызывает Лекция-визуализация (43%). Актуальность внедрения и использования такой лекции заключается в том, что она сопровождается применением новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовании, применение которых является важным компонентом при обучении студентов. На втором и третьем месте стоят Диалоговая и Комбинированная лекции, набравшие по 29 и 23% соответственно.

На вопрос: «Какова, по Вашему мнению, наиболее эффективная для обучения лекция?» респонденты большинством ответов (36%) указали на использование Комбинированной лекции, которая включает в себя многие компоненты всех предложенных в ходе исследования лекций. Эффективными, по мнению обучающихся, являются также Диалоговая лекция (27%) и Лекция-визуализация (24%). Это объяснимо, та как во время проведения таких лекций происходит контакт преподавателя со студентами посредством дискуссий, что в большей степени помогает эффективно усвоить материал.

Также в процессе исследования был задан вопрос, о частоте использования студентами ресурсов библиотеки КубГУ, ответ на который показывает заинтересованность студенческой аудитории в самостоятельном изучении дисциплин. Необходимость предложенного вопроса, по мнению авторов, заключается в том, что информационные ресурсы являются базовой основой для лекционного материала, а также для семинарских, практических занятий, впоследствии формирующие основу исследовательской работы студентов. Результаты оказались удручающими.

В большей степени (31%) респонденты используют информационные ресурсы библиотеки КубГУ 1–3 раза в год, 1–3 раза в семестр – 28% респондентов. 25% респондентов указали, что вообще не используют ресурсы библиотеки, что указывает на проблему, требующую решения, 11% респондентов используют информационные ресурсы библиотеки 1–3 раза в месяц – довольно высокий показатель, 1–3 раза в неделю – 4%, однако при внедрении новых педагогических технологий, возможно повышение интереса студентов к ресурсам библиотеки, так как появится интерес к самостоятельному изучению дисциплин.

Вопрос: «Чего Вам не хватает на лекциях?» носил открытый характер и был рассчитан на получение неформализированного ответа.

Оказалась, что первостепенной проблемой для студентов является отсутствие интересных фактов и актуальных примеров, на лекциях (24% респондентов).

Второй проблемой является отсутствие обсуждения с преподавателем темы лекции (дискуссии) – 20% респондентов.

Третья проблема – необходимость перерыва во время лекции (16%), это подтверждает необходимость разнообразить виды-стили лекций, что уменьшит потребность в перерыве, так как материал будет изложен в более интересной форме.

Четвёртая проблема (14% голосов) респонденты обратили внимание на отсутствие или небольшое количество наглядного материала на занятиях.

14% респондентов указали на ещё одну проблему – отсутствие интереса со стороны некоторых преподавателей к преподаваемым дисциплинам. По мнению авторов, это связано с тем, что не все преподаватели внедряют и применяют новые виды-стили лекций как элемент новых педагогических технологий, что приводит студентов к такому мнению.

В меньшинстве (12%) респондентов ответили, что им на лекциях хватает всего. Небольшой процент «довольных студентов», доказывает, что необходимо применять новые педагогические технологии в современном образовательном процессе.

Таким образом, можно сделать ряд важных выводов и дать рекомендации для повышения качества образования со стороны преподавателей и увеличения заинтересованности студентов в обучении:

– применение новых видов-стилей лекций как элемента новых педагогических технологий востребовано у основных потребителей – студентов;

– студенты сервисных направлений нуждаются в применении таких технологий, поскольку это развивает профессиональные качества и навыки, которые в дальнейшем положительно скажутся на их профессиональной деятельности;

– применение новых педагогических технологий позволит отказаться от шаблонов в преподавании, что приведёт к

положительным профессиональным результатам не только будущего выпускника, но и преподавателя.

Сегодня формируется новое взаимодействие преподавателя и студента во всех видах учебно-познавательной деятельности, особенно, в лекционной. Поэтому необходимо учитывать, что студенты заинтересованы в конкретном решении практических проблем, нежели в получении общетеоретической информации. Если студенты понимают, что цели, задачи и содержание дисциплины соответствуют их профессиональным потребностям, то они полностью принимают ответственность за обучение на себя. Этого результата можно достичь с помощью внедрения и применения новых педагогических технологий.

Список использованных источников

1. *Анисимова В.В., Романова И.А., Некрасова М.Л.* География сферы обслуживания (третичный сектор экономики). Краснодар, 2014.

2. *Губа В.П., Воронов Ю.С., Карпов В.Ю.* Методы научного исследования туризма. М., 2010.

3. *Кушнир А.М.* Методический плюрализм и научная педагогика // Народное образование. М., 2001. №1.

4. Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». URL: http://www.base.consultant.ru.

А.Ю. Баядян, М.В. Кузякина

ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ИНТЕГРАЦИОННЫХ ГУППИРОВОК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Кубанский государственный университет

Summary: regional cooperation of municipalities and border zones in the tourist sphere has to become a priority task of administration and a business community of Krasnodar region. Interaction in development of the tourist sphere in this principle raises economic security of the region, which consists in support of the enterprises, vital for the population, and objects of infrastructure of the studied territories. Especially the strong multiplicative effect of tourist branch was repeatedly proved.

Keywords: cross-border cooperation, tourist regional integration group of Krasnodar region, strategy, regions neighbors of the first order.

Приграничные районы получают туристскую направленность в случае, если сама граница или территории вокруг нее наделены туристско-рекреационными ресурсами. В такие районы приходит турбизнес, ориентированный на обслуживание как внутренних, так и иностранных туристов, в том числе из соседних регионов и стран. Расширяется предложение экскурсионных и краткосрочных туристских поездок в соседние регионы и страны [1].

Несмотря на то, что Краснодарский край позиционируется в РФ как туристский регион, в отрасли занято всего 20% населения, в основном проживающего на 30% приморской территории Азово-черноморского бассейнов. Хотя ресурсный потенциал других городов и районов края также позволяет развивать туристскую отрасль на федеральном уровне. Однако, неравномерное распределение инвестиций между районами, не способствует поэтапному вовлечению центральных и северных муниципальных образований края в туристскую сферу [3].

Данное исследование состоит в формировании в Краснодарском крае туристских региональных интеграционных группировок (ТРИГ) с установлением их специализации, для определения стратегии их взаимодействия и повышения экономической эффективности туристской сферы районов за счет создания нового туристского

продукта. Преследуя данную задачу исследования на территории Краснодарского края было сформировано шесть ТРИГ: Северо-восточная, Приазовская, Восточная, Предгорная, Горная и Причерноморская (рис. 1).

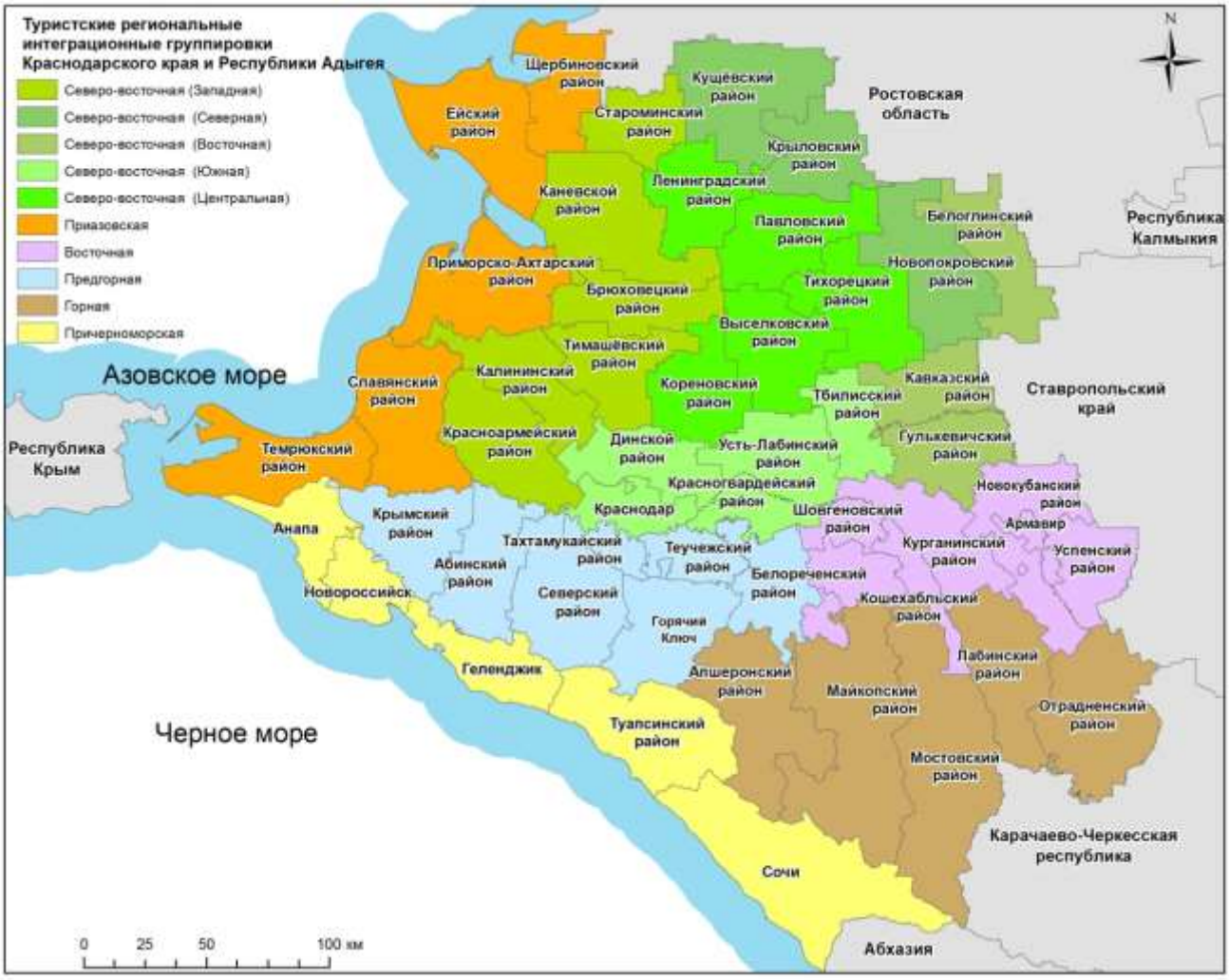

Рис. 1 – Туристские региональные интеграционные группировки Краснодарского края и республики Адыгея

Повышение эффективности туристской сферы Краснодарского края, которая может приносить более высокий доход, сводится к реализации стратегии трансграничной интеграции между краевыми ТРИГ и регионами-соседями первого порядка, территории трансграничного сотрудничества показаны на рис. 2.

Стратегия трансграничной интеграции имеет свое направление для ТРИГ с разным уровнем развития и востребованности туристского продукта. Стратегическое решение для ТРИГ с туристским продуктом, приносящим стабильный доход, сводится к

оптимизации издержек по его реализации и дифференциации предложений за счет ресурсов регионов-соседей. К таким ТРИГ относятся Предгорно-Черноморская, Темрюкско-Анапская, Абхазская и при решении транспортного вопроса (строительства моста) – Крымская.

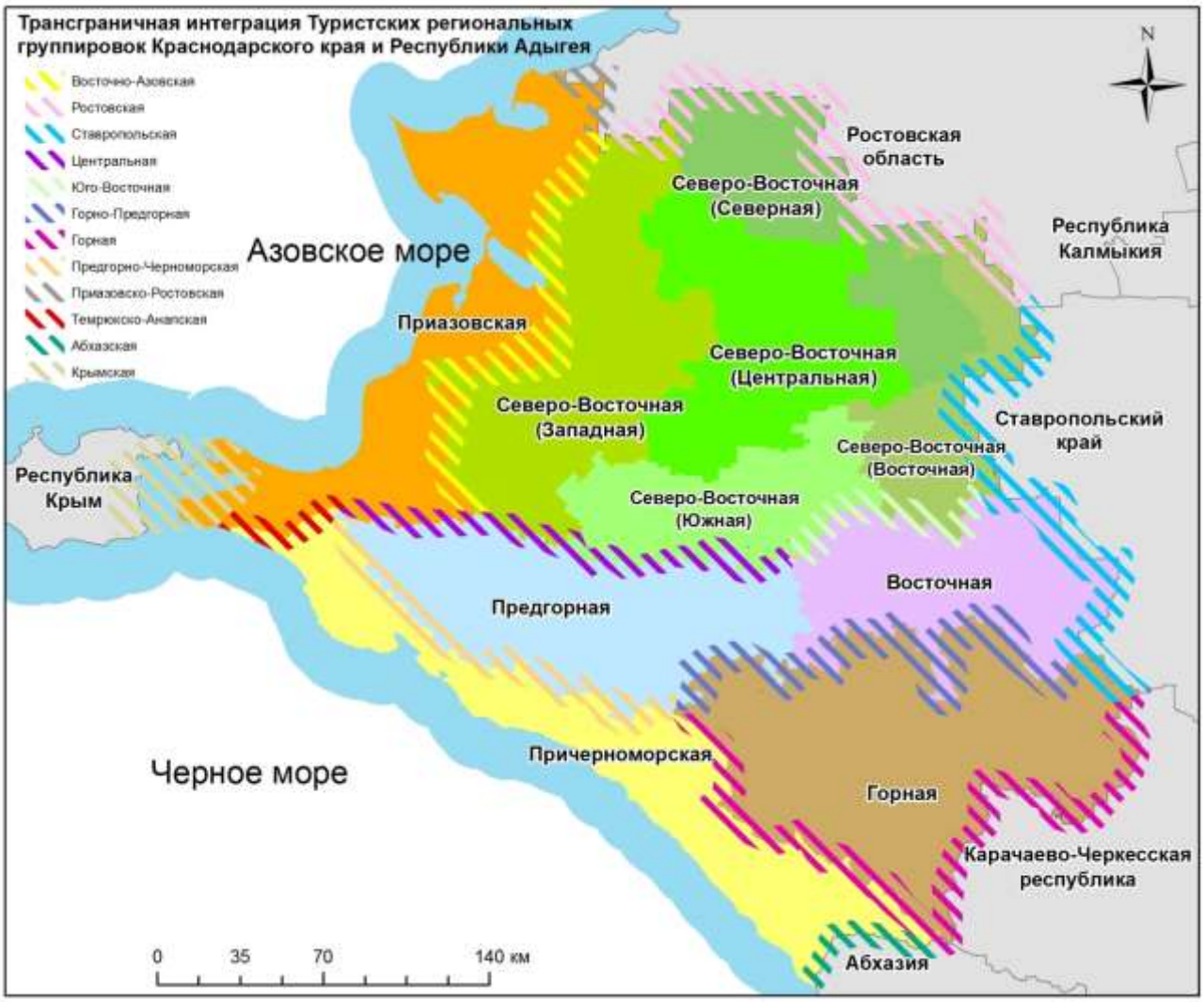

Рис. 2 – Трансграничная интеграция туристских региональных группировок Краснодарского края и республики Адыгея

Стратегия ТРИГ с туристским продуктом, спрос на который имеет положительную динамику, направлена на усиление этого роста. Тактические шаги должны сводиться к формированию бренда территории, развитию инфраструктуры, решению вопроса безопасности туристов, повышения качества услуг и расширению ассортимента предлагаемых туров по гибкой цене. Данные решения

актуальны для таких ТРИГ, как Горная, Горно-предгорная, Восточно-Азовская, Центральная и Приазовско-Ростовская.

Для ТРИГ, которые развиваются только на местном уровне стратегия направлена на развитие туристского продукта. Тактические решения требуют существенных инвестиционных вложений, исследований спроса и предложений. Такими ТРИГ являются Ростовская, Ставропольская и Юго-восточная.

Таким образом, региональное сотрудничество муниципальных образований и приграничных зон в туристской сфере должно стать приоритетной задачей администрации Краснодарского края. Взаимодействие в развитии туристской сферы по данному принципу повышает экономическую эффективность региона, которая заключается в поддержке жизненно важных для населения предприятий и объектов инфраструктуры исследуемых территорий. Тем более неоднократно был доказан мощный мультипликативный эффект туристской отрасли.

Список использованных источников

1. *Александрова А.Ю., Ступина О.Г.* Туристское регионоведение: влияние региональной интеграции на мировой туристский рынок: монография. М., 2014.

2. *Колосов В.А.* География государственных границ: идеи, достижения, практика / Изв. РАН. Сер. География. 2008. №5.

3. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок. Краснодар, 2014.

Ц.А. Григорян

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Сочинский государственный университет

Summary: Cultural-cognition tourism is a tourist product which includes visits to cultural and historical heritage. For achieving of high economic and financial results in tourism the quality management regulated at the state level, at the regional level and at the level of municipalities, in the framework of public associations and at the level of each enterprise. Public Association of the enterprises in the tourist sector can become an objective necessity in the system of quality management of cultural-cognition tourism.

Keywords: quality management, cultural-cognition tourism, quality of services.

Познавательный туризм может быть представлен как услуги в сферах научных исследований, в частности – изучение природы, общества, человека и техники. Это туристские поездки, путешествия, посещение культурных центров для ознакомления с научными достижениями, памятниками природы, истории, культуры, бытом и традициями местного населения, народными ремеслами и промыслами, достижениями в области культуры, промышленного производства, строительства и пр.

Отличительными особенностями этого вида туризма можно считать:

– распространение индивидуальных поездок;

– сочетание познавательных экскурсий с развлекательными мероприятиями;

– распространение автомобильных туров;

– не высокие требования к классу средств размещения;

– близость средств размещения к памятникам культуры, искусства и другим объектам показа.

Культурно-познавательный туризм – это туристский продукт, включающий посещение объектов культурного и исторического наследия, национальных парков и заповедных зон, с обязательным использованием музейных услуг, а также путешествия с целью посещения современных культурных мероприятий, в том числе творческих мероприятий в области искусства.

В индустрии туризма система качества продукта представляет собой качественный сервис. Для создания качественного сервиса необходимо: соблюдение основных принципов современного сервиса; создание необходимых условий для работы персонала; оптимизация организационной структуры управления предприятием; всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль за качеством сервиса.

Сфера туризма функционирует и развивается как сложная социально-экономическая система, для управления которой необходимо существование определенного организационно-экономического механизма с использование государственных или рыночных моделей управления и их сочетания [1]. На современном этапе управление туристским комплексом России реализуется различными субъектами регулирования. Для кадрового обеспечения туристского комплекса РФ предусмотрены такие методы как создание стандартных государственных программ для системы непрерывной подготовки кадров в туризме и содействие организации повышения квалификации работников турпредприятий.

Для достижения высоких финансово-экономических результатов управление качеством в сфере туризма в России может осуществлятся на уровне государства, на региональном уровне и на уровне муниципальных образований, в рамках общественных объединений и на уровне каждого предприятия. Государственные программы развития туризма в Краснодарском крае предусматривают, кроме рекламно-информационного обеспечения продвижения туристских возможностей Края, организацию мероприятий по повышению квалификации кадров туристского комплекса, проведение стажировок и обучающих курсов. В рамках реализации программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края 2014–2017 гг.» предусмотрено финансирование профессионального и дополнительного профессионального образования государственных служащих [2].

Муниципальные образования могут способствовать ускорению процесса повышения качества туристских услуг. Создание туристских информационных центров предполагает не только предоставление информации о туристских возможностях всем заинтересованным лицам и анализ статистики турпотоков, но и организацию тренингов и семинаров. Проведение комплексного

обучения на государственном уровне (уровне отдельного субъекта) позволит расширить профессиональные навыки работников сферы туризма. Уровень обучения будет соответствовать актуальному состоянию рассматриваемого вида туризма, поскольку будет проводиться с учетом проблем и перспектив развития туристских услуг.

Координирующая и проектная деятельность туристского информационного центра предполагает консолидацию обслуживающих туристов предприятий туристского региона с целью повышения качества обслуживания, сотрудничества с государственными, региональными, общественными и частными структурами с целью внедрения новых информационных технологий, содействие разработке проектов комплексных целевых программ при формировании туристской политики.

На территории Российской Федерации происходит создание туристских кластеров, в число которых входят зоны на побережье Черного моря. В рамках кластера предусмотрена возможность органов власти проводить субсидирование программ подготовки и переподготовки кадров туристской сферы, что способствует обеспечению конкурентоспособности бизнеса в будущем [3].

Повышение привлекательности черноморских курортов Краснодарского края является объективной необходимостью в текущих экономических условиях. Существенные изменения курса рубля положительно отражаются на динамике спроса на туристские услуги, но появление Крыма в составе Российской Федерации создает высокую конкуренцию на рынке этих услуг. Общественные объединения предприятий туристкой сферы могут стать объективной необходимостью в системе управления качеством культурно-познавательного туризма. В рамках объединения каждое предприятие получит возможность делиться предприятиям между собой положительным опытом и даже снижать затраты вследствие эффекта масштаба.

Повышение качества услуг предоставляемых негосударственными предприятиями возможно при условии их активного участия в формировании системы управления качеством. В этом случае именно негосударственные общественные объединения способны скоординировать деятельность по управлению качеством. Анализ оценки качества потребителем и структуры затрат по повышению качества услуг со стороны производителя, осуществляемый

общественным объединением, даст возможность получить многофакторную модель управления качеством с учетом региональной и кластерной специфики работы предприятий, а также в комплексе с прогнозом изменения себестоимости при условии роста затрат на качество.

Список использованных источников

1. *Жертовская Е.В.* Оценка социальной эффективности развития сферы туризма, когнитивный подход / Гуманитарные и социально-экономические науки. Ростов н/Д., 2009.

2. Постановление Главы администрации Краснодарского края от 11 октября 2013 г. №1168 «Об утверждении государственной программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» на 2014–2017 гг. URL: http://admkrai.krasnodar.ru.show.

3. *Шабалина Н.В.* Введение в туристскую кластеризацию. URL: http://www.bzm.su/articles/article.

Д.В. Жаворонков, Д.В. Артюкова

ЛИЧНОСТНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Кубанский государственный университет

Summary: survey of managers of the hotels in Krasnodar in order to identify the degree of importance and availability of professional and personal qualities of managers of hotels. The results showed that the modern service industry managers give due attention to the knowledge base of professional work in their fields, but have difficulties in communicative aspect of his work and the improvement of managerial qualities.

Keywords: qualities, manager, hotel, communicate.

Нами был проведен опрос менеджеров предприятий гостиничной индустрии г. Краснодара с целью выявления степени важности и наличия профессиональных и личностных качеств менеджеров отелей. В результате обработки интервью подготовлен

анализ соответствия социально-психологических характеристик менеджеров краснодарских предприятий гостеприимства теоретическим разработкам и требованиям современного менеджмента.

Компетенция – круг прав и полномочий, в рамках которых человек должен уметь и знать то, что требуется. То есть понятие компетенции включает в себя понятие компетентности, но не тождественно ему. Можно сказать, что в границах компетенции нужно обладать компетентностью. В данном методе все критерии оценки (показатели компетентности) можно разбить на 3 основные группы:

1) профессиональные компетенции – это способность субъекта профессиональной деятельности выполнять работу в соответствии с должностными требованиями (последние представляют собой задачи и стандарты их выполнения, принятые в организации или отрасли);

2) коммуникативная компетенции руководителя включают в себя все необходимые знания, умения и навыки, для того чтобы вести деловую переписку и переговоры, выполнять представительские функции, как в большом, так и в малом кругу, общаться со своими подчиненными, вышестоящими руководителями и коллегами, разрешать напряженные и конфликтные ситуации;

3) управленческие компетенции представляют собой особое подмножество компетенций воздействия и оказания влияния: развивать других, вести других, улучшать командную работу и сотрудничество.

На основе этого выводится окончательная оценка деловых качеств конкретного человека, делается вывод о степени соответствия личных и деловых качеств, способностей и возможностей человека требованиям к профессии или должности, которую он занимает или предполагает занять. При полном их соответствии самооценка человека превращается в мотиватор, повышающий интерес к делу. Несоответствие же их создает значительные трудности в освоении профессии и в работе из-за снижения мотивации.

Приведенный перечень личностных и профессиональных качеств не является исчерпывающим. Кроме того, в конкретных ситуациях не все из названных качеств являются значимыми и обязательными. Тем не менее, личность менеджера и соответствующие ей качества, безусловно, имеют значение для его успешной профессиональной деятельности.

Самый высокий уровень важности опрошенными был присвоен таким компетенциям, необходимым для менеджеров, как профессиональные знания и навыки. Эта же группа компетенций имеет самый высокий уровень владения в отелях. Однако комплекс компетенций, включающий такие типы компетенций как профессиональные, коммуникативные и управленческие, невозможно разделить для менеджера отеля, потому что, не владея коммуникативными и управленческими навыками, очень сложно толково и правильно использовать профессиональную базу в работе в предприятиях индустрии гостеприимства.

Самый низкий уровень владения оказался у группы коммуникативных компетенций. Менеджеры считают, что повышение навыков коммуникации требует постоянной и упорной работы. Оно достигается и за счет проведения различных психологических тренингов, помогающих менеджерам достигать высокий уровень стрессоустойчивости, крайне необходимый в работе в индустрии гостеприимства, а также способности к достижению общего консенсуса в моменты происхождения внутриорганизационных споров и конфликтов с клиентами отеля.

Жизненно важным качеством, которым должен обладать менеджер гостиничного предприятия для его успешного функционирования является обладание знаниями и навыками работников своих служб. По мнению экспертов, невозможно эффективно управлять командой без владения навыками выполнения той работы, которую она осуществляет. Рисунок 1 демонстрирует разницу между степенью важности и уровнем владения необходимых компетенций менеджеров.

Как показывает сложившуюся ситуацию рисунок, существует достаточно большой отрыв в разнице между степенью важности и уровнем владения между коммуникативными и управленческими компетенциями. Менеджеры отелей дают низкую оценку уровня владения этим группам компетенций.

Одним из самых низких уровней владения демонстрируют знания иностранных языков в краснодарских отелях. Однако менеджеры предполагают, что такое событие как проведение Олимпиады ярко отразится на сложившуюся ситуацию. Уже сегодня менеджеры отделов кадров делают большой упор на уровень знания английского языка.

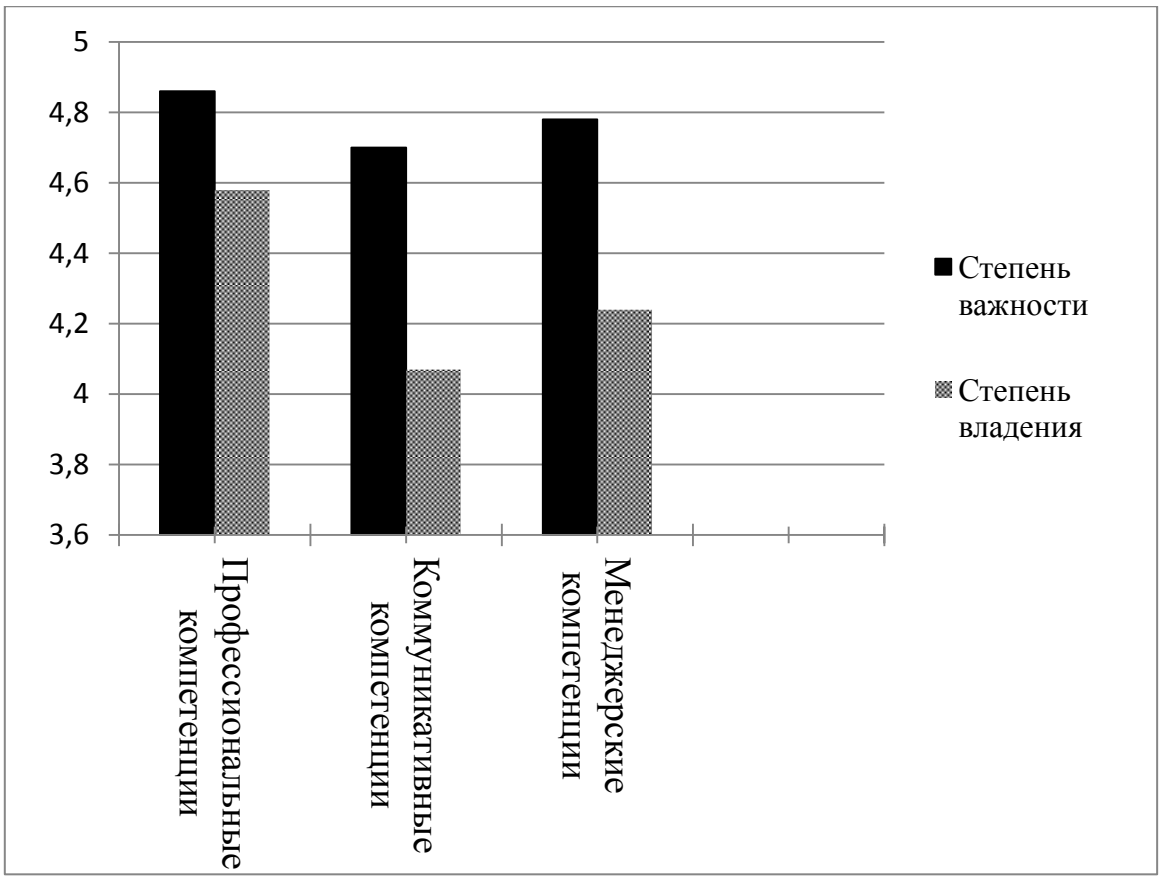

Рис. 1 – Разница в степени важности и степени владения различными группами компетенций

Результаты анализа показали, что современные менеджеры сферы гостеприимства уделяют должное внимание знаниям профессиональным, но испытывают затруднения в коммуникативном аспекте своей деятельности и совершенствовании управленческих качеств.

З.Н. Зевреева

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРЫМУ

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Таврическая академия

Summary: The leading elements of tourist and recreational activity are examined in the article. An author offered the programs for tourist-recreational clusters.

Keywords: tourism, recreation, resorts, recreational employments.

Процессы формирования и развития рекреационно-туристских кластеров в Крыму основываются на изучении рекреационных территорий, пофакторной рекреационной оценки ресурсной базы, материально-технической базы. Наличие определенных составляющих является условием для реализации Федеральной программы развития республики Крым «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.». В настоящее время разрабатываются этапы формирования и развития 11 туристско-рекреационных кластеров (ТРК), 9 из них представляют особый интерес. К числу ТРК, рекреационные возможности которых нуждаются в исследованиях, относятся: ТРК «Детский отдых» (г. Евпатория); ТРК «Лечебно-оздоровительный отдых» (г. Саки); ТРК в районе о. Чокракское; ТРК «Бахчисарайский»; ТРК «Черноморский»; ТРК «Коктебель»; ТРК культурно-познавательного и экскурсионного туризма «Перекресток культур» (г. Севастополь); ТРК детского и молодежного туризма «Калейдоскоп истории» (г. Севастополь).

Элементы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма в данных ТРК должны иметь оздоровительный, рекреационный, лечебный эффект. Интегральная рекреационная оценка складывается из средних значений основных элементов [2]. Ведущими показателями являются: абсолютные высоты местности (св. 1000 м.), температура воды (18–24°С, прохладные условия – температуре воды 16–17°С, теплыми при 25–26°С), нормы допустимой антропогенной нагрузки (5 м2 на 1 чел.), количество туристов (ок. 200 чел. на км

берега), ценность природного комплекса (продолжительность использования угодья: ягодного, грибного сезона и времени сбора лекарственных растений).

Табл.1 – Наличие условий и рекомендуемые мероприятия ЛФК и спортивно-массовой работы

Региональные компоненты	Характеристика, рекомендации	Собственно ЛФК			Спортивно-массовая работа			
		Лечебная гимнастика	Пешеходные прогулки	Терренкуры	Плавание или гребля	Игры	Ближний туризм	Спортивные танцы, аэробика, шейпинг, др.
Материальная база для занятий (пляж, бассейн, спортзал, спортплощадка, спортивные снаряды и пр.)	Индивидуально дозированная физическая тренировка	+	+	–	–	+	+	–
Специалисты лечебной физкультуры (ЛФК), инструкторы по спорту и туризму	Подбор упражнений и их сочетаний в зависимости от характера заболевания и его течения, возраста и состояния здоровья	+	–	–	–	+	+	+
Свободное время для занятий	Регулярность и длительность применения	+	+	+	+	+	+	+
Партнеры по активным видам спорта		+	–	–	–	–	–	–
Выраженный лечебный и оздоровительный эффект физических упражнений	Постепенное увеличение физической нагрузки в процессе лечения	+	+	+	+	+	+	+
Общая оздоровительная направленность пребывания на курорте и рекреационной атмосферы		+	+	+	+	+	+	+

Пофакторная оценка каждого параметра содержит функциональную и эстетическую составляющие. При трехбалльной системе оценок устанавливают следующую градацию территорий для рекреационного освоения: неблагоприятные (1,0–1,4 балла); относительно благоприятные (1,5–2,4 балла); благоприятные (2,5–3,0 балла) [1].

Рекреационные занятия и мероприятия в ТРК могут планироваться в зависимости от специализации кластера. В программу должны включаться мероприятия собственно ЛФК и спортивно-массовой работы (табл.1).

В региональном разрезе обязательным условием, которое следует учитывать при разработке программ, является возраст туристов. Во всех ТРК предусматривается участие туристов всех возрастов. Развитие каждого ТРК требует детального изучения потребительского сегмента. Щадящий режим рекомендуется лицам третьего возраста (женщинам старше50, мужчинам старше 55 лет), а также имеющим те или иные отклонения в состоянии здоровья, сниженную адаптацию организма к физическим нагрузкам или слабое физическое развитие. [1]. Например, для ТРК «Детский отдых» (г. Евпатория) можно рекомендовать программу пребывания, ориентированную на средний возраст 11 лет:

1. Утренняя гимнастика – в течение 12–17 мин. Количество упражнений – 10–14. Число повторений – 4–6.

2. Прогулки в первые две недели отдыха проводятся по ровной и пересеченной местности протяженностью 6–8 км/час с углом подъема, непревышающим 5–10°, со средней скоростью ходьбы 3,5–4 км/ч с одной-двумя 10-минутными остановками для отдыха.

3. Игры (волейбол, городки, настольный теннис, бадминтон) проводятся в виде товарищеских встреч и соревнований. Плавание возможно при волнении моря не более двух баллов и температуре воды не ниже 20°С. Продолжительность плавания от 2 до 15 мин в среднем темпе (20–25 гребков в минуту). Во второй половине отдыха возможно проведение соревнований по плаванию на дистанцию 50–100 м.

4. В свободное время возможно проведение соревнований по спортивным танцам, аэробике, шейпингу, экскурсий и мероприятий ближнего туризма.

Предлагаемая программа пребывания в ТРК «Коктебель» ориентирована на широкий возрастной диапазон (18–65 лет):

1. Утренняя гимнастика. Продолжительность 12–17 мин. Количество упражнений –15–20, включаются игры с бегом. Число повторений – 8–12.

2. Пешеходные прогулки протяженностью от 8 до12 км/ч со скоростью 4–5 км/ч при ходьбе по ровной местности и 2,5–3 км/ч при подъемах под углом 6–8°. Участие в одно- и двухдневных походах на 30–40 км. Дозированная ходьба.

3. Игры: все спортивные игры, участие в товарищеских встречах, поведение праздников. Плавание проводится при волнении моря не выше двух баллов и температуре воды не ниже 18°С. Разрешается плавание в любом темпе продолжительностью от 5 до 30 мин с участием в соревнованиях и спортивных праздниках.

4. Возможны анимационные, экскурсионные программы.

Таким образом, осуществление туристско-рекреационной деятельности в рамках ТРК требует детального изучения и анализа всех составляющих рекреационной системы, их взаимосвязей и взаимовлияния.

Список использованных источников

1. *Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б.* Курортное дело. М., 2006.

2. *Кусков А.С, Лысикова О.В*. Курортология и оздоровительный туризм. Ростов н/Д., 2004.

3. *Лукьянова Л.Г., Цыбух В.И*. Рекреационные комплексы. Киев, 2004.

4. Федеральная программа развития республики Крым «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.». Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 г. №790.

З.Ю. Калоева, А.В. Кокоева

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН СКФО

Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова

Summary: The article analyzes the development of free tourist-recreational zones in the North Caucasus Federal district. Particular attention is drawn to the importance of creating favorable conditions to attract investors that would result in more active development.

Keywords: free economic zone of tourist-recreational zones, tourism and recreation cluster, investors, residents.

Современная рыночная экономика предполагает большое разнообразие различных форм и методов хозяйствования в рамках конкретной территории, к таковым относятся свободные экономические зоны (СЭЗ), отличающиеся от остальных территорий рядом характерных признаков: выгодностью транспортного и экономико-географического положения, особым административным, правовым и налоговым режимом, а в плане отраслевой специализации подразделяются на: внешнеторговые, научно-технические, оффшорные, комплексные, промышленно-производственные и сервисные [2].

Цель создания СЭЗ рассматривается как одна из точек роста экономики страны, что предполагает привлечение как отечественного, так и иностранного капитала в форме инвестиций. В мировой экономике практика создания таких зон получила широкое распространение. Пионером принятия закона в 1970 г. об учреждении СЭЗ была Южная Корея. В РФ в процессе осуществления различных рыночных реформ, был принят закон «Об особых экономических зонах РФ» [1]. Первой СЭЗ на постсоветском пространстве была СЭЗ «Янтарь», образованная в 1991 г. в Калининградской обл., затем были созданы производственно-промышленные ОЭЗ: «Елабуга», «Липецк», «Тольятти», «Титановая долина»; инновационные ОЭЗ: «Зеленоград», «ДубнаОЭЗ», «Санкт-Петербург», «Томск» и ряд других.

Примерно, 20–25 лет назад стали создаваться туристско-рекреационные экономические зоны (ТРЗ) в странах, сделавших ставку на развитие туризма. ТРЗ созданы в ряде субъектов РФ. В Республике Алтай – ОЭЗ ТРЗ «Алтайская долина», на побережье оз. Байкал на территории Прибайкальского района и ОЭЗ ТРЗ «Бирюзовая Катунь». В Республике Бурятия – ОЭЗ ТРЗ «Байкальская гавань», в Иркутской обл. – ОЭЗ ТРЗ «Ворота Байкала».

Табл. 1 – Резиденты туристско-рекреационных зон СКФО

Название ТРЭЗ	Субъект	Резиденты	Направление деятельности
Архыз	Зеленчукский район, Карачаево-Черкесская Республика	1. ЗАО «Группа Синара»; 2. ООО «Архыз-1650»; 3.ООО «Трамплин-1650»; 4. ООО «Аллюр» 5. ООО «Горный кристалл»; 6. ООО «Дукка-инвест»; 7. ООО «Урус»; 8. ИП «Эркенова»	– гостиничный бизнес; – организация отдыха и развлечений; – строительство коттеджного комплекса; – строительство станции гондольной канатной дороги до 2240 м. – организация внесезонного спортивно-досугового центра; – организация внесезонного бальнео-оздоровительного комплекса; – строительство конноспортивного центра.
Мамисон	Алагирский, Ирафский районы, РСО-Алания	ОАО «КСК»	Разработка мастер-плана
Безенги-Приэльбрусье	Черекский, Чегемский, Эльбрусский, Зольский районы, Кабардино-Балкарская Республика	ОАО «КСК» малый и средний бизнес республики	Техническая инфраструктура, гостиничный бизнес, общепит
Армхи-Цори	Республика Ингушетия	ОАО «КСК», ООО «Акрополь»	Разработка мастер-плана
Ведучи	Итумкалинский район Чеченская республика	ОАО «КСК» ООО «Ведучи»	Гостиничный бизнес, шале, спа-центры, канатные дороги, горнолыжные трассы
Матлас	Хунзахский район, Республика Дагестан	ОАО «КСК»	Разработка мастер-плана

Особые ставки в развитии туристско-рекреационного кластера делаются на юг России, в частности, на Северный Кавказ, где с целью развития туристской отрасли, был выделен ряд курортно-рекреационных территорий с благоприятными природно-климатическими, и уникальными историко-архитектурными, этнографическими ресурсами [1].

Данные табл. 1 свидетельствуют о том, что наиболее активное развитие ТРЗ происходит там где, отмечается интерес инвесторов готовых вкладывать средства в гостиничную, ресторанную, техническую и иную инфраструктуру курортов. Как известно, реализация проектов обозначенных внутри каждой ТРЗ планируется путем привлечения: средств федерального бюджета, региональные вложения, а так же привлечение резидентов, которым условия бизнеса покажутся привлекательными. Наиболее динамичные сдвиги среди анализируемых ТРЗ происходят в «Архызе», что отражается на динамике посещений. Так за первое полугодие 2014 г. местные курорты посетило 258 тыс. человек. Рост по сравнению с аналогичным периодом составляет 36%. Более 60% всех туристских посещений СКФО пришлось на «Архыз». Результаты зимнего сезона составили 40 тыс. посещений, что на 12,5% больше по сравнению с аналогичным периодом 2012–2013 гг. [5].

Существенную динамику показывает и курорт «Ведучи», который в 2011 г. посетило 7 тыс. туристов, а в 2014 г. уже 40 тыс. чел. [4]. Курортная зона «Армхи-Цори» в 2014 г. приняла 22 тыс. туристов, что на 55% больше по сравнению с 2013 г. [4]. Активное посещение туристами отмечается в ТРЗ «Безенги-Приэльбрусье», где турпоток составляет 120–130 тыс. чел. в год [1].

ТРЗ «Мамисон» и «Матлас» находятся на начальном этапе подготовки, и не имеют на данный момент условий для принятия туристов. Аудиторию курортов составляют сами жители СКФО, туристы из Краснодарского и Ставропольского краев, Ростовской и Волгоградской обл., центральных субъектов России.

В целях более активного развития ТРЗ Северного Кавказа, на наш взгляд, следовало бы обратить внимание на усиление взаимоотношений между республиками Северного Кавказа в плане развития и продвижения туризма. В этой связи актуальной задачей является создание единой концепции маркетинговой и ценовой политики, т.е., при определенной схожести природно-географических

условий они не должны составлять друг другу конкуренцию на данном этапе развития туристской отрасли.

Список использованных источников

1. *Барагунова Л.В. Калоева З.Ю.* Перспективы развития туризма в Кабардино-Балкарии: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. Воронеж, 2014. №8(12).

2. *Баранов В.И., Костюнина Г.Н.* Свободные экономические и оффшорные зоны. М., 2013.

3. Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2011 г. № 1195 «Об особых экономических зонах в Северо-Кавказском федеральном округе».

4. Туризм в СКФО. URL: http://www www.ncrc.ru.

5. Туризм в Архызе. URL: http://www.arhyz-resort.ru.

А.А. Клейман, О.А. Бабанчикова

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Санкт-Петербургский государственный институт культуры и искусств, Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна

Summary: The article reveals the main causes and manifestations of economic instability and its impact on the functioning of the tourism business. An attempt was made to define a new strategy and new rules of the game in the tourist business.

Keywords: Tourist business; economic instability; strategy; differentiated tourist product.

В последнее время под влиянием сложной экономической и политической ситуации произошло снижение выездного и въездного туристских потоков. Внешняя среда туристского бизнеса обладает всеми признаками нестабильности. В то же время создаются особые условия для внутреннего и въездного туризма, которые требуют выработки новой стратегии развития. Туризм может стать одним из

локомотивов развития российской экономики в условиях экономической нестабильности.

В туристском бизнесе неустойчивость характерна, прежде всего, для процессов формирования цен, валютных курсов, туристских потоков. Их изменения представлены во времени сложным, часто хаотическим движением. Но значительная изменчивость свойственна и другим экономическим процессам: формированию спроса и предложения на туристском рынке, потреблению и сбережениям потенциальных клиентов турфирм, инвестированию в туриндустрию, реализации туруслуг, проведению расчетов, формированию доходов и расходов туристских предприятий и др. Под устойчивостью хозяйственной системы туриндустрии понимается сбалансированность этих процессов.

Для нестабильной хозяйственной системы характерно сочетание ускорения движения одних элементов с замедлением относительной скорости других. В экономической системе, в том числе и в туриндустрии, взаимодействие конкретных элементов обеспечивается реализацией турпродукта. Именно скорость заключения сделок можно считать максимальной скоростью распространения взаимодействия в этой системе. Очевидно, она не совпадает со скоростью погашения обязательств перед контрагентами турфирм.

Скорость заключения сделок возрастает в периоды растущего спроса на турпродукт. Снижение скорости заключения договоров между различными контрагентами в туриндустрии равнозначно падению платежеспособного спроса. Особую проблему в сфере туризма представляет *хеджирование* – заключение сделок на одном рынке для компенсации воздействия ценовых рисков на другом. Эти сделки заключались турфирмами с авиакомпаниями и отелями, но впоследствии оказались невыполненными по причине снижения туристских потоков и резкого обесценивания национальной валюты.

Нестабильность в сфере туризма в настоящее время имеет особо сложную траекторию движения предприятий туриндустрии в «вихревом потоке» разнообразных перемен, в котором им приходится постоянно выживать. Многие туроператоры в обострившейся конкурентной борьбе за потребителей продавали туры по цене ниже себестоимости. Все чаще стали возникать кассовые разрывы, кредитов требовалось все больше, а банки стали более осторожно подходить к кредитованию турфирм. В итоге с середины лета 2014 г. обанкротились десятки туроператоров [3].

Под влиянием нестабильности начали формироваться новые правила игры – новый мировой экономический порядок, с иной расстановкой экономических, политических сил, новые ценности и приоритеты [2]. Интерпретация новых правил игры в условиях экономической нестабильности позволяет определить факторы, которые оказывают существенное влияние на функционирование туристского бизнеса:

– доминирование ряда развитых государств на мировом туристском рынке;

– обострение экономических противоречий между «игроками» международного туристского бизнеса;

– появление нового вида мегаконкуренции – системы соперничества между странами и ведущими игроками за лидирующие позиции на мировом туристском рынке, установление и расширение зоны своего влияния;

– повышение *энтропийности* как меры хаотичности и меры неопределенности развития туристского рынка в данных условиях;

– интенсивное проникновение транснациональных корпораций в среду деятельности национальных туристских компаний, гостиничных цепей, авиаперевозчиков;

– усиление давления политических факторов на сферу туризма;

– чрезмерное увлечение игроков туристского рынка кредитами и, как следствие, – рост задолженности турфирм перед банками, авиаперевозчиками и поставщиками туруслуг;

– снижение уровня безопасности международного туризма из-за роста угроз терроризма, эпидемий и природных катаклизмов.

Влияние перечисленных факторов на функционирование туристского бизнеса проявляется уже сегодня и в ближайшей перспективе может привести к кардинальным изменениям на туристском рынке. Эти правила необходимо учитывать при определении стратегии развития турбизнеса.

О переориентации российских граждан на внутренний свидетельствуют данные Росстата: число туристов, выбирающих поездки по стране, в 2014 г. возросло почти на 10 млн, или на 1/3 по сравнению с 2013 г. В 2014 г. путешествовали по России 41,5 млн туристов, а в 2013 – 32 млн, то есть рост составил 30%. Внутренний и въездной туризм помогает укреплению рубля за счет повышения спроса на национальную валюту. Происходит *импортозамещение* – турист едет по стране, создаются новые маршруты, развивается

инфраструктура. Количество туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, выросло в 2014 г. на 25%. На 1 февраля 2014 г. оно составляло 2957, а на 1 февраля 2015 г. – уже 3710 [5].

Представляется, что *новая стратегия* отечественной туриндустрии состоит в переориентации на въездной и внутренний туризм, создание конкурентоспособных турпродуктов и современной инфраструктуры туризма. Ряд крупных туристских компаний намерены делать ставку на сегментирование аудитории. Рынку будет представлено несколько клубных концепций отдыха, каждая из которых сформирована для определенной целевой категории клиентов. В отелях, работающих по этой концепции, каждый день действуют разнообразные программы развлечений, которые уже включены в стоимость тура. Сегодня важно понимать разницу между категориями туристов.

Для России *дифференцированный продукт* в туризме – новшество. Для Европы это тренд последних 10 лет, где дифференцированный турпродукт давно и успешно развивается. К примеру, для туристов из Западной Европы предложения некоторых туроператоров более чем на 80% состоят из дифференцированного продукта. *Маркетинговая стратегия* и информация о продукте должна быть нацелена на то, чтобы донести до российских потребителей, что они получают, какого качество и за какую цену, а главное – чем это отличается от предложений других туроператоров. Конечно, дифференцированный турпродукт не будет самым дешёвым, но он будет доступен целевой аудитории [4].

Популярные среди туристов регионы России должны позаботиться о развитии туриндустрии. Среди них Ростуризм выделил в качестве основных Крым, Севастополь, курорты Краснодарского края, Москву, Санкт-Петербург, города «Золотого кольца», Казань, Алтайский край и некоторые другие. В соответствии с постановлением Правительства РФ в России появятся 12 новых туристско-рекреационных кластеров, которые смогут стать российскими достопримечательностями [1].

Учитывая ситуацию на туристском рынке, туроператоры и турагенты должны реагировать на меняющийся спрос, и приверженцы выездного туризма вынуждены заниматься сегодня внутренним туризмом. Но многие агентства не готовы продавать внутренние направления: необычно, сложно, непонятно. В целом сегодня внутренние туры продают менее 70% турагентств по всей

России. На рынке останутся только те агентства, которые в условиях экономической нестабильности найдут правильный баланс между выездным и внутренним туризмом.

Список использованных источников

1. В России появятся 12 новых туристско-рекреационных кластеров. URL: http://www.tourprom.ru/news/27520/.
2. *Журавлёва Г.П., Манохина Н.В.* Новые правила игры в условиях экономической турбулентности / Вестн. Саратовского гос. соц.о-эконом. ун-та. 2013. №5(49).
3. *Клейман А.А., Бабанчикова О.А.* О кризисной ситуации на выездном туристском рынке: причины, последствия, пути преодоления и необходимость усиления государственного регулирования / Вестн. Нац. академии туризма: Российский научный журнал. 2014. № 3(31).
4. Российский турист становится требовательней к продукту. URL: http://www.interfax.ru/tourism/tourisminf.asp.
5. Туризм может стать локомотивом развития экономики России. URL: http://www.interfax.ru/tourism/tourisminf.asp.

Е.Г. Кропинова, И.И. Драгилева

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРА МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Summary: At present, the Russian regions, which have favorable resources for the implementation of tourist and recreational services in the implementation of programs for socio-economic development, rely on the tourism industry. The cluster approach provides a competitive advantage. Creation in the Kaliningrad region of new medical centers opens up new possibilities for the formation of a cluster of a medical tourism, which is based on 3R: recreation, rehabilitation and relaxation.

Keywords: medical tourism, tourism cluster, medical and health tourism, Kaliningrad region, spa complex.

Место медицинского туризма в индустрии туризма Калининградской области предопределено ресурсным потенциалом и историческими факторами развития. Так, курорты и лечебницы на нынешней территории Калининградской области известны с начала XIX в. благодаря благоприятным климатическим условиям, обеспечивающим эффективность лечения и профилактики сердечнососудистых, онкологических и многих других заболеваний. В исторических справочниках можно найти информацию о таких курортах на Балтике, как Раушен (ныне Светлогорск), Кранц (ныне-Зеленоградск), Нойкурен (ныне – Пионерский курорт).

Характеристику факторов развития медицинского туризма можно представить в виде упрощенного SWOT-анализа:

Сильные стороны:

– Благоприятные климатические условия: климат умеренный, переходный от морского к континентальному.

– Наличие источников минеральных вод и лечебных грязей: регион располагает богатыми гидроминеральными лечебными ресурсами: минеральными водами и лечебными грязями. Минеральные воды представлены семью разведанными месторождениями с суммарными запасами 1897 $м^3$/сут., которые считаются подготовленными к промышленному освоению [1]. При этом, питьевые, лечебно-столовые воды добываются как в

приморской зоне – в г.г. Светлогорск, Зеленоградск, так и во внутриматериковых районах области: Калининграде, Гусеве, Советске.

– Существующий санаторно-курортный комплекс на побережье: инфраструктура для лечебно-оздоровительного туризма представлена 19 санаторно-курортными учреждениями вместимостью около 4000 мест, из них 15 расположены в границах курорта федерального значения Светлогорск-Отрадное. На базе существующего потенциала созданы курорты федерального значения: Светлогорск-Отрадное и Зеленоградск, где есть возможность применения уникальных методов оздоровления – янтаротерапия.

– Широкий профиль санаторно-курортного комплекса: специализация курортов: заболевания сердечно-сосудистой системы, верхних дыхательных путей, опорно-двигательного аппарата.

– Наличие Федерального центра сердечно-сосудистой хирургии Министерства здравоохранения РФ (открыт в 2013 г.). Центр осуществляет диагностическое обследование и лечение пациентов не только из Калининградской области и других регионов России, но и из Европы.

– Разнообразные экскурсионные, культурно-познавательные и др. туристические программы, дополняющие лечебные процедуры и оздоровительные мероприятия.

– Проведение на территории региона культурных мероприятий, направленных на привлечение туристов, например, в 2015 г. в г. Светлогорск ожидается завершение строительства и начало функционирования Театра эстрады, способного составить конкуренцию концертным комплексам соседним Лесной Опере (Сопот, Польша) и Дзинтари (Юрмала, Латвия).

Слабые стороны

– Низкая транспортная доступность: высокие цены на авиаперевозки, зависимость от субсидирования авиаперевозок со стороны государства.

– Необходимость наличия заграничного паспорта для проезда жителей РФ в Калининградскую область железнодорожным транспортом.

– Наличие визового режима с зарубежными государствами, длительность и затратность визовых процедур.

– Отсутствие организаций, осуществляющих подготовку кадров в сфере курортного дела.

Возможности

– Рост конкуренции между предприятиями санаторно-курортного обслуживания приводит к повышению качества предоставляемых услуг.

– Рост спроса различных групп населения на качественные медицинские услуги и услуги медицинского туризма.

– Наличие организаций, осуществляющих подготовку кадров сферы медицины и сервиса и туризма. Планы БФУ им. И. Канта об открытии направления подготовки «Санаторно-курортное дело».

– Развитие 3R-медицины: рекреация, реабилитация и релаксация на базе существующих ресурсов. Этому во многом способствует имидж Калининградской области как центра лечебно-оздоровительного туризма.

Угрозы

– Более высокий уровень цен на медицинский туризм по сравнению со странами соседями;

– Более низкое качество сервиса в Калининградской области по сравнению с соседними странами.

– Ухудшение экологической обстановки в случае реализации ряда проектов по созданию новых промышленных комплексов.

– Обострение геополитической обстановки в эксклавном приграничном регионе РФ.

Доля туризма в ВРП незначительна и составляет около 2%. Однако, поскольку доля медицинского и лечебно-оздоровительного туризма составляет около 50%, и при этом именно этот вид деятельности в наибольшей степени обеспечен ресурсным потенциалом и представляет собой наиболее развитый кластер (располагает наиболее сильными и межфирменными связями), то государственная поддержка этого направления является наиболее эффективной (рис. 1).

Список использованных источников

1. Официальный сайт Правительства Калининградской области. Природные ресурсы. URL: https://gov39.ru/region/natural.php.

Рис. 1 – Участники кластера медицинского туризма и их функции

В.В. Крыленко, Р.Д. Косьян

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫМИ ЗОНАМИ

Южное отделение Института океанологии им. П.П. Ширшова РАН

Summary: Coasts are the major element in economic development of seaside regions. The coast condition depends from natural and anthropogenous factors. Legal coastal zone management mechanisms have the majority of the countries. Nevertheless, legislation distinctions and real practice of environmental management result in noticeable distinctions in achievement of the objectives of a sustainable development of coasts.

Keywords: coastal zone management, sustainable development.

Побережья являются важнейшим элементом в экономическом развитии приморских регионов, и при этом находятся в зависимости от множества природных и антропогенных факторов. Большая часть морских берегов подверглась техногенному преобразованию, и одновременно многие населенные пункты или хозяйственные объекты попали в зону воздействия опасных природных процессов, проявляющихся на морском берегу.

Еще в XIX в. проблема трансформации черноморских берегов не стояла так остро. Берега являлись устойчивой динамической системой, характеризующейся трендовыми отступанием или выдвижением, с небольшими отклонениями от сформировавшегося за длительный период состояния. С бурным развитием хозяйственного комплекса на побережье, интересы человека вошли в конфликт с закономерной эволюцией береговых систем. Яркими примерами стали строительство железной дороги у подножия клифа к югу от Туапсе, строительство оградительных сооружений ряда портов. В первом случае необходимость «остановить» естественную абразию привела к строительству огромного количества волноотбойных стен и железобетонных бун, что вызвало перестройку литодинамической системы и снизило рекреационное качество территории; во втором случае был прерван вдольбереговой поток наносов и берег начал разрушаться на протяжении многих километров. Не менее сложные ситуации возникли на аккумулятивных берегах, где нарушение

потоков наносов и изъятие материала для строительных нужд привело к дефициту вдольбереговых наносов и смене аккумулятивного режима на абразионный.

Предотвращение или минимизация негативных последствий развития берегов – важная составляющая управления прибрежной зоной моря (ПЗМ), при этом приоритетными задачами являются максимальное использование экономического потенциала побережья с одновременным сохранением природной среды. Особенность ПЗМ как объекта природопользования в том, что здесь приходится сталкиваться со сложными сочетаниями частных или отраслевых проблем и проблем регионального управления. Проблема управления развитием состоит в том, чтобы найти и поддерживать динамический баланс процессов экономического развития и процессов, характеризующих экологическое состояние окружающей среды.

Российское законодательство имеет много регуляционных основ сохранения, защиты и использования природных ресурсов. Поскольку в российском законодательстве отсутствуют единые законоположения по комплексному управлению прибрежной зоной моря (КУПЗ), различные его элементы регулируют федеральные законы в области управления природопользованием и охраной окружающей среды: Градостроительный, Лесной, Водный, Земельный кодексы; федеральные законы: «Об охране окружающей среды», «Об экологической экспертизе», «О континентальном шельфе РФ», «О внутренних морских водах, территориальном море и прилежащей зоне РФ», «Об исключительной экономической зоне РФ», «Об особо охраняемых природных территориях», «О недрах», «О животном мире», «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах», «Об охране атмосферного воздуха» и «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» и т.д.

Может сложиться впечатление, что в России осуществляется полноценная охрана окружающей среды (включая прибрежные зоны). Однако, секторальный характер правовых норм плохо сочетается с комплексным подходом, необходимым для КУПЗ на основе экосистем. Территориальное планирование, осуществляемое в рамках Градостроительного кодекса, могло бы являться хорошим инструментом комплексного подхода к сбалансированному ведению хозяйственной деятельности в прибрежных зонах. Реально же, управление каждым из элементов природной среды осуществляется

отдельными ведомствами, формально не подчиняющимися местным органам управления. В результате решения по комплексной охране окружающей среды в рамках схем территориального планирования (СТП) могут игнорироваться (чаще всего так и происходит). Отсутствие единой юрисдикции и механизмов разрешения спорных вопросов приводит к соперничеству между пользователями природных береговых ресурсов. Сложившаяся традиция использовать природные ресурсы «немедленно» и «по максимуму» (включая противозаконные практики) вызывает потерю устойчивости развития. На Черноморском побережье эта тенденция проявляется, прежде всего, в конфликте интересов между природопользованием и охраной окружающей среды; между отдельными природопользователями, между частными и общественными интересами.

Таким образом, российское законодательство, в целом, формально соответствует основным принципам КУПЗ, но за следующими «небольшими» исключениями:

– принцип принятия решений по экономическим, социальным и связанным с охраной окружающей среды вопросам на государственном, региональном и местном уровнях в свете интересов настоящего и будущего поколений граждан;

– принцип интегрированного подхода к управлению ПЗМ;

– принцип открытости информации по состоянию окружающей среды;

– участие широких кругов общественности в процессах принятия решений и в контроле за их исполнением;

– принцип эффективного и постоянного взаимодействия администраций различного уровня.

Как и на Кавказском побережье, на берегах Крыма отмечалась трансформация береговых геосистем под влиянием антропогенных и природных факторов. В целом, природные условия схожи, и берега подвержены тем же опасным природным процессам. Как и в России, законодательство Украины содержит множество норм, регулирующих отдельные аспекты, имеющие отношение к КУПЗ. Тем не менее, границы прибрежной зоны (в приложении к КУПЗ), юридически не были определены и закреплены. Был разработан проект закона по КУПЗ, но он не был принят. В целом, для побережья Крыма к настоящему времени характерен тот же спектр проблем, что и для Кавказского побережья России. Соответственно, должны разрабатываться и схожие механизмы их решения.

Анализ правовой практики, имеющей отношение к КУПЗ, в Абхазии (где действуют законодательные нормы, аналогичные российским), показывает, что имеются заметные различия в реальном управлении береговой зоной. Значительно меньшее количество «руководящих» звеньев в Абхазии существенно ускоряет процесс принятия решений, что имеет как положительные, так и отрицательные стороны – упрощает ведение хозяйственной деятельности и способствует экономическому развитию, но при этом растет риск принятия решения, наносящего значительный ущерб природной среде.

Работа выполнена при поддержке РНФ (проект 14-17-00547). Использованы материалы и данные, полученные при поддержке РНФ (проект 14-50-00095) и РФФИ (проекты 13-05-00466, 13-05-96510, 15-05-02654).

М.Р. Курузова, И.К. Кузнецов

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ НА ТУРИСТСКИЙ ПОТОК В РЕГИОНЕ

Министерство курортов и туризма Краснодарского края

Summary: This article describes the positive impact of tourist cluster in Krasnodar Territory. Describes the advantages of the cluster approach.

Keywords: Tourism cluster, tourism and recreation cluster, engineering infrastructure, tourism infrastructure.

Краснодарский край является одним из важнейших курортных регионов России, центром внутреннего туризма. В связи с чем, одной из основных задач властей региона, в лице министерства курортов и туризма Краснодарского края является развитие санаторно-курортного и туристского комплекса и, как следствие, рост туристского потока в регионе.

В 2011 г. на курортах края отдохнуло около 11 млн чел., что на 5% больше, чем в 2010 г. В 2012 г. около 11,3 млн чел., почти на 2% больше, чем в 2011 г. В 2013 г. курорты края около 11,8 млн чел.,

почти на 4,4% больше, чем в 2012 г. [3]. В 2014 г. по оценке министерства курортов и туризма Краснодарского края курорты края около 12,3 млн чел., что на 4,2% больше, чем в 2013 г. Наибольшим спросом пользовались города-курорты Сочи, Геленджик, Анапа, Туапсинский и Темрюкский районы.

Безусловно, существует множество проблем, с которыми сталкивается регион при решении задачи по сохранению и увеличению темпов роста туристского потока. Одним из основных факторов, влияющих на увеличение численности туристов, является конкурентоспособность туристского рынка Краснодарского края, необходимая для удовлетворения потребности как российских, так и иностранных граждан в качественных туристских услугах. Исследование ключевых показателей развития туризма в Краснодарском крае в 2010–2013 гг. демонстрирует необходимость дальнейшего развития качественной инфраструктуры туристского комплекса, повышения уровня оказываемых услуг, уровня подготовки персонала, ориентированности курортов Краснодарского края на иностранных туристов.

Одним из решений Правительства Российской Федерации, положительно влияющим на повышение уровня конкурентоспособности туристского рынка Краснодарского края, является создание государством необходимых условий для привлечения частного капитала в строительство туристских объектов с длительным сроком окупаемости. Данное решение предложено и реализовано в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». Основной задачей данной программы является капитальное строительство и модернизация объектов обеспечивающей инженерной инфраструктуры создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости, используя при этом кластерный подход и опираясь на принципы государственно-частного партнерства. Кластерный подход предполагает сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

Туристские кластеры делятся на два типа: туристско-рекреационные и автотуристские кластеры. Туристско-

рекреационные кластеры (ТРК) представляют собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой. В свою очередь автотуристские кластеры объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Автотуристские кластеры включают в себя придорожные гостиницы (мотели), кемпинги, парковки для легкового и пассажирского автотранспорта, кафе и рестораны, автосервисы, магазины придорожной торговли, автозаправочные комплексы и др. [2].

Программой предусмотрено, что за счет средств федерального бюджета, средств бюджета Краснодарского края и местных бюджетов, в зависимости от конкретного проекта, предполагается создание современных комплексов обеспечивающей инженерной инфраструктуры, включающей систему теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения, очистные сооружения, объекты газоснабжения, электроснабжения и связи, а также объекты транспортной инфраструктуры. Тогда как объекты туристской инфраструктуры – гостиничные комплексы различного уровня комфортности (мини-отели, мотели, оздоровительные комплексы), торговые улицы с объектами питания и развлечения, торговые центры с круглогодичной ярмаркой сувенирных товаров, аквапарки, горнолыжные центры, транспортные комплексы, яхт-клубы будут построены за счет средств внебюджетных источников [2].

В настоящее время на территории Краснодарского края реализуются мероприятия по созданию ТРК «Абрау-Утриш» (на территории муниципальных образований г. Новороссийск и город-курорт Анапа) и сети автотуристских кластеров:

– «Можжевеловая роща» (на территории муниципального образования город-курорт Геленджик);

– «Лермонтово» (на территории муниципального образования Туапсинский р-н);

– «Горячий Ключ» (на территории муниципального образования г. Горячий Ключ) [1].

В рамках ТРК «Абрау-Утриш» заключено 15 соглашений с инвесторами о реализации инвестиционных проектов, из них: 11 на территории муниципального образования г. Новороссийск и 4 на

территории муниципального образования город-курорт Анапа. В результате реализации инвестиционных проектов будет построено и реконструировано более 118580,7 м^2 туристской инфраструктуры, в которые входят:

– 10 коллективных средств размещения;

– 13 предприятий общественного питания с увеличением количества посадочных мест;

– 5 спортивно-оздоровительных объектов;

– 11 предприятий торговли и развлечений.

В свою очередь за счет бюджетных средств в настоящее время завершено строительство объекта «Берегоукрепление с. Мысхако г. Новороссийск». Создан волногасящий галечный пляж средней шириной 35 м и длиной 370 м. Подводная часть пляжа выходит на глубину около 1,5 м, что обеспечивает комфортные условия купания в море. Также начато строительство объекта обеспечивающей инженерной инфраструктуры на территории муниципального образования город-курорт Анапа в три этапа: Напорный канализационный коллектор по Пионерскому проспекту от КНС №1 на территории санатории «Жемчужина России» до ЦНС по ул. Северной, водовод от РЧВ на площадке резервуаров в п. Джемете до автодороги Анапа-Керчь.

Реализация укрупненного инвестиционного проекта ТРК «Абрау-Утриш» позволит:

– повысить уровень занятости населения за счет создания дополнительных рабочих мест, как в сфере туризма, так и в смежных отраслях региональной экономики;

– повысить конкурентоспособность туристского рынка Краснодарского края;

– усовершенствовать инфраструктуру территории края в соответствии с международными стандартами качества и обслуживания туристов;

– увеличить количество койко-мест в коллективных средствах размещения на 5,83 тыс. ед.;

Конечным результатом формирования кластера в Краснодарском крае является увеличение потока отдыхающих, размещенных в коллективных средствах размещения на 1100 тыс. чел. в год.

Список использованных источников

1. Постановление Главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 11 октября 2013 г. №1168 «О гос. программе Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса». URL: http://www.min.kurortkuban.ru.
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. №644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». URL: http://www.government.ru.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю: URL: http://www.krsdstat.gks.ru.

Я.Р. Мальпарптиду Чинча,
Е.Ф. Мальпарптиду Джованни, С.Ю.Никишов

РОССИЙСКО-ПЕРУАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Гостиница «Novotel», г. Лима, Перу
Кубанский государственный университет

Summary: This article pinpoints issues of Russia-Peru tourism affairs. Its goal is to study affairs mentioned above, find problems and tendencies of international tourist exchange, propose solutions for its improvement.

Keywords: Tourism, Russia, Peru, tourist departure, tourist arrival, tourist attractions, visa, agreement, transport.

Туризм является третьей отраслью экономики Перу после рыбной и горнодобывающей промышленности. Основные ресурсы развития туризма – памятники археологии и еще более ста тысяч мест туристского интереса, т. о. основные виды туристской деятельности – экотуризм в перуанской Амазонии, культурный туризм в колониальных городах, гастрономический туризм, приключенческий туризм и пляжный туризм.

Согласно исследованию перуанского правительства, уровень удовлетворенности туристов после посещения Перу составляет 94%. Туризм является самой быстрорастущей отраслью экономики Перу,

ежегодный рост составляет 25% в последние пять лет – это значение роста больше, чем в какой-либо другой стране Южной Америки [1].

В 2014 г. Перу была выбрана лучшей гастрономической и культурной дестинацией в дополнение к другим наградам, присвоенных World Travel Awards, наравне с этим Лима имеет звание лучшей дестинации, лучшей дестинации с культурным наследием, лучшей культурной дестинацией региона и лучшей дестинацией для проживания в Южной Америке.

Самыми активными странами, отправляющими туристов в Перу является Чили, США, Аргентина, Соединенное Королевство, Франция, Германия, Бразилия, Испания, Канада и Италия [1].

Туризм составляет 7% ВВП Перу и является сектором экономики Перу с большим ростом. Туризм регулируется и стимулируется Комиссией Продвижения Перу (Промо Перу) Министерства Международной Торговли и Туризма [1].

В этом секторе работает до 11% экономически активного населения страны (484 тыс. работников задействованы прямо и 340 тыс. косвенно), большая часть – в гостиничном бизнесе и транспорте [1].

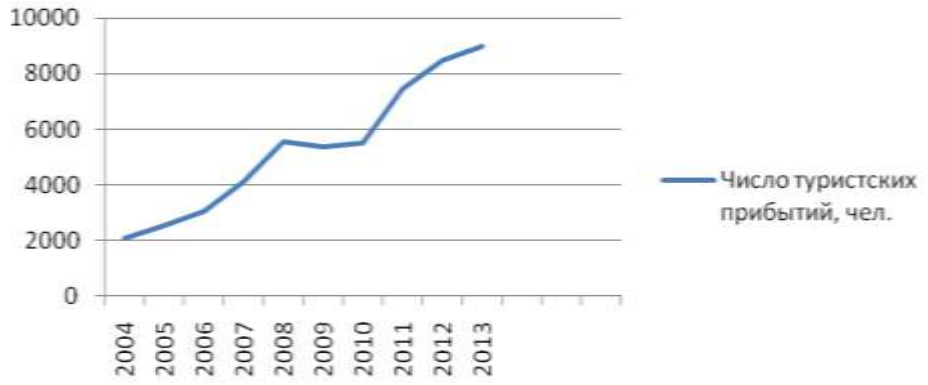

Рис. 1 – Число туристских прибытий в Перу из России, 2004–2013 гг., чел. [1]

В последние годы Министерство Международной Торговли и Туризма Перу с большой частотой участвовало в различных выставках и ярмарках в Европе, США, Канаде, Японии, Китае, Аргентине и Бразилии с целью знакомства потенциальных туристов с богатством культуры, природы и кухни, которое имеется в Перу.

13 ноября 2010 г. Россия и Перу в Йокогаме подписали двустороннее «Соглашение между Правительством Российской

Федерации и Правительством Республики Перу об условиях отказа от визовых формальностей при взаимных поездках граждан Российской Федерации и граждан Республики Перу», результатом подписания которого стала взаимная отмена виз при поездках граждан сроком до 90 дней [2]. Отмена визового режима начала действовать в 2011 г., результатом чего стал резкий рост числа прибытий россиян в эту страну – темп прироста 35,39% [1].

Несмотря на то, что число туристских прибытий из России в Перу находится на низком уровне, год от года он повышается.

Иная ситуация просматривается в динамике туристсских отбытий из Перу в Россию.

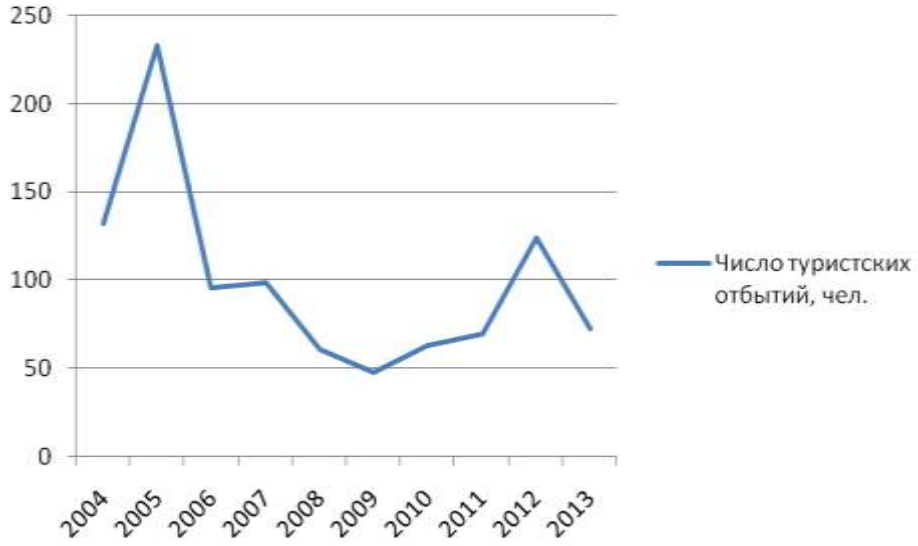

Рис. 2 – Число туристских отбытий из Перу в Россию в 2004–2013 гг., чел. [1]

Число туристских отбытий перуанцев меньше числа туристских прибытий россиян в десятки раз. При этом, если в случае с туристскими прибытиями просматривается тенденция к росту, то ситуация с отбытиями носит хаотичный характер, чередуя рост и убытие.

Таким образом, можно сделать вывод, что соглашение об отмене визового режима на руку больше перуанской, чем российской стороне. Можно было бы предположить, что низкий уровень туристских отбытий в Россию обусловливается низким уровнем жизни граждан Перу, невысокой туристской активностью, но число туристских прибытий, например в Чили в 2013 г. составил более 1 млн чел, для сравнения в страны Европы, допустим, в Испанию

более 75 тыс. чел., в Нидерланды 25 тыс. чел. [1]. Следовательно, несмотря на территориальную удаленность стран Европы, они привлекают перуанцев, при прочих равных условиях с тем, что и Россия, и ЕС имеют с Перу режим безвизового въезда до 90 дней [2].

Описанная выше ситуация показывает, что проблемой низкого туристского спроса в Перу на туризм в России является ни транспортный, ни визовый фактор, ни фактор низкой туристской активности, а слабая маркетинговая политика российского туризма.

Список использованных источников

1. Министерство внешней торговли и туризма Перу. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015. URL: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459.

2. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Перу от 13.11.2010 г. «Об условиях отказа от визовых формальностей при взаимных поездках граждан Российской Федерации и граждан республики Перу». Офиц. сайт Консульского департамента МИД России. URL: http://www.kdmid.ru/docs.aspx.

В.В. Миненкова, А.Г. Максименко

ОПЫТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ НА ЮГЕ РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: This article provides an analysis of the development of the information infrastructure of Russia, on the example of tourist information centers. The analysis of the problems and prospects of the functioning of the tourist centers in the south of Russia.

Keywords: Tourist Information Center, information infrastructure, information point.

В настоящее время все чаще возникают вопросы налаживания методик работы с туристами, не использующими услуги туристских организаторов (т. н. самодеятельные туристы). Для предложения

комплексного туристского продукта, предоставления туристу максимума информации о возможностях туризма в конкретной дестинации, причем информации бесплатной и достоверной, в России разработана Система обмена туристской информацией, которая функционирует при поддержке Федерального агентства по туризму и Российского союза туриндустрии. Система обмена туристской информацией создана в целях объединения усилий органов власти, общественных организаций и бизнеса в продвижении туристских продуктов регионов на внутреннем и международном туристском рынке путем вовлечения в работу туристского сообщества [1].

Сейчас информация воспринимается как наиболее существенный инструмент успешного функционирования на рынке, своеобразное руководство. В туризме формируется и активно развивается система информационной инфраструктуры, представляющая собой совокупность элементов единого функционального назначения, направленных на сбор, обработку, хранение и предоставление информации, а также обеспечивающая комплексное взаимодействие между различными субъектами туристского рынка и способствующая эффективному распределению информационных потоков внутри и за пределами системы. Следует подчеркнуть, что информационная инфраструктура обладает направленностью в действии в сторону получателя информации (от этого зависит форма предоставления информации, ее упорядоченность, вид носителя).

Одним из решающих способов донесения информации на сегодняшний день является интернет. Дублирование присутствия организации в виртуальном и реальном пространствах – существенное преимущество; размещение в интернет и правильность преподнесения информации есть залог коммерческого успеха. Действенным инструментом для продвижения туристской информации стала информационная туристская инфраструктура в частности туристско-информационный центр, информационный пункт, информационный портал и др.

Информационная туристская инфраструктура, представленная сетью туристско-информационных центров (ТИЦ), как на локальном уровне, так и на уровне национальном, оказывает существенное воздействие на эффективность функционирования туристских территорий и турбизнеса в целом. Это достигается за счет способности достаточно эффективно позиционировать туристские

ресурсы на рынке, расширять клиентскую базу, что в свою очередь, позволяет увеличивать туристские потоки, доход от туризма на разных уровнях и сферах деятельности, а это в свою очередь положительно влияет на развитие территории.

Туристско-информационные центры являются одним из главных элементов туристской инфраструктуры, потому что способствуют взаимодействию ее составляющих: туристских компаний, средств размещения и питания, транспорта, объектов торговли, развлекательных центров, производства сувенирной продукции. Поэтому формирование ТИЦ обусловлено необходимостью в более эффективном использовании туристских ресурсов в целом. Деятельность ТИЦ служит стимулом для дальнейшего увеличения интереса к туристским возможностям региона, в котором он расположен и способствует привлечению туристов [8].

Функцией сбора, обработки и постоянного мониторинга рекреационных ресурсов, ознакомление с ними потенциальных и реальных посетителей туристского региона обладают туристско-информационные центры. Они представляют собой структуры, как правило, государственного характера, имеют мультиязычный персонал и работают с туристами, экскурсантами и местными жителями, в деятельности при этом максимально объективны и выполняют функции формирования положительного образа туристского региона. Это очень важно, поскольку в данном случае туристы получают информацию не от предприятия, готового и желающего продать конкретный свой продукт, туристско-информационный центр собирает актуальную и всемерно полную информацию о разных предприятиях и о разных ресурсах воедино и качественно представляет ее потенциальным потребителям [2].

Практика создания и функционирования ТИЦ в России находится на стадии активного развития. Примером для их формирования послужил зарубежный опыт, а именно стабильный рост числа туристских центров мирового уровня во Франции, Испании, Италии, США, Китае. Основной целью туристских центров мирового уровня является обеспечение стабильного развития туристского бизнеса в стране, они владеют систематизированной информацией, улучшают процесс приема и организации пребывания туристов в различных регионах страны, консолидируют усилия по продвижению турпродукта на внутреннем и внешнем рынках [8].

Кроме того, туристские информационные центры в различных регионах мира имеют свою специфику. Их функции изменяются в зависимости от объёма турпотока в регионе, преобладающего вида туризма и целей путешественников, но, в основном, это ответы на дополнительные вопросы туристов по перемещению в городе, подбору индивидуального маршрута. В крупных городах действует, как правило, система туристских информационных бюро и центров, расположенных возле основных достопримечательностей и ориентированных на различные группы посетителей. В пригороде же, в маленьких городах, куда туристы приезжают обычно на один-два дня в рамках большого тура, с познавательными целями, зачастую функционирует лишь один туристский информационный центр в центральной части города. Целью такого информационного центра является максимально полное информирование туриста обо всех достопримечательностях, событиях и объектах потенциального туристского интереса, расположенных в городе. Именно у такого туристского информационного центра основная задача – продвижение дестинации [7].

Вследствие такой системной работы туристские центры обеспечивают туристскому продукту государства серьезную долю на международном туристском рынке и вхождение страны в состав лидеров по приёму туристов.

Дальнейшее развитие ТИЦ в России позволит не только улучшить организацию приема, обслуживания туристов и обеспечить проведение крупномасштабной маркетинговой деятельности, но и повлияет на управление, координацию и развитие туристской деятельности в России [8].

ТИЦ можно определить как особый вид организационной структуры управления, которая берет на себя функцию координатора в туристском регионе. Для системы управления важно, чтобы различные функции туристского региона координировались специальными организационными структурами. ТИЦ – это сервисная служба, которая предоставляет информацию о местных туристических продуктах, достопримечательностях, исторических ценностях региона, мероприятиях, экскурсионных маршрутах, транспорте, шопинге, развлечениях и другом.

Существует предложение ввести в России классификацию ТИЦ подразделив их на «центр» – службу, работающую в административном центре и на «пункт» – прочие объекты

информационной инфраструктуры региона; при этом отдельной структурной составляющей информационной системы выступают туристские порталы. Деятельность туристско-информационных центров России характерна неоднородностью методов, широким спектром дополнительных (в том числе платных) услуг [10]. Эксперты также не до конца определились с выбором оптимальной организационно-правовой формой для ТИЦ: в форме бюджетного учреждения представлены 74,5%, коммерческую организационно-правовую форму выбрали 15,7% субъектов РФ, некоммерческое партнерство приняло 9,8% ТИЦ, среди которых один из первооткрывателей – НП «Офис туризма Великого Новгорода «Красная изба» [6].

На сегодняшний день в 56 субъектах России (65,8% от общего количества субъектов) уже действует более 120 туристско-информационных центров, планирующих создать Ассоциацию туристско-информационных центров России. Оставшиеся субъекты Российской Федерации следует рассматривать как потенциал развития сети ТИЦ и иных элементов информационной инфраструктуры.

В Крымском федеральном округе в полную силу или сезонно функционирует 21 туристско-информационный центр (или пункт).

К моменту проведения Олимпиады – 2014 г., при поддержке частных компаний, созданы два ТИЦ в Сочи и Красной Поляне, на территории Краснодарского края, до нынешнего времени нет учтенных в официальном перечне ТИЦ.

Наличие ТИЦ гарантирует дополнительный приток туристов в регион и, соответственно, увеличивает доходы всех заинтересованных сторон, передавая синергетический эффект от развития туристского региона. Примером может служить успешный опыт Центра развития туризма «Красная изба» (Великий Новгород), одного из первых в России, ежегодно увеличивающего туристский поток на 15–20% [9]. Появление единой информационной системы туристско-информационных центров России предусмотрено Федеральной целевой программой по развитию внутреннего и въездного туризма, однако существуют существенные трудности с созданием Ассоциации ТИЦ [2].

Практика формирования ТИЦ в России демонстрирует ряд проблем: неоднородность их структуры и функций, конкуренция за туристов и в некоторых случаях отсутствие тесного контакта с

туристскими компаниями, проблемы учета существующих центров и информационных пунктов. ТИЦ должны не конкурировать за туристов, а грамотно определять целевые аудитории и выходить на новые рынки совместно с турфирмами, то есть необходимо выходить на профессиональный уровень, тем самым способствуя развитию внутреннего и въездного туризма. Несмотря на пересекающиеся цели ТИЦ и турфирм, а также их взаимные интересы в сотрудничестве, партнерство между ними может отсутствовать или ограничивается лишь предоставлением информации о турфирме на сайте ТИЦ [8].

Серьезными представляются проблемы бессистемности создания сети ТИЦ в общероссийском масштабе, отсутствие единой нормативно-правовой базы их функционирования и перечня осуществляемых функций, утверждения организационно-правового статуса туристско-информационного центра, отсутствия контроля со стороны административных органов власти над использованием этого статуса, а также региональных курортных брендов.

Список использованных источников

1. Система обмена туристской информацией. URL: http://www.nbcrs.org/
2. *Чернякина А.О.* Роль туристско-информационных центров в комплексном подходе к формированию бренда туристско-рекреационного кластера / Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2013. №12(140).
3. *Владимиров С.* ТИЦы остаются бессистемными. URL: http://www.trn-news.ru/articles/3586.
4. *Василенко И.А.* Имидж России: концепция национального брендинга / Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2012. №4.
5. *Ковалева Е. Н.* Исследование состояния российской информационной инфраструктуры в туризме / Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2014. №2.
6. *Панкратова В.С., Бережная Т.В.* Анализ современного состояния опыта работы туристско-информационных центров / Вестн. Воронежского ин-та. высоких технологий. 2014. №13.
7. *Огнева В.А.* Организация работы туристских информационных центров: опыт Запада. URL: http://tourlib.net/zakon/tur_ind.htm.

8. *Петрачкова З.З.* Предоставление аутсорсинговых услуг российскими ТИЦ туристским организациям на основе взаимовыгодного партнерства / Сервис в России и зарубежом. 2013. №8(46).

9. Конференция туристско-информационных центров прошла в Санкт-Петербурге. URL: http://www.morvokzal.com/.html/

С.Ю. Никишов

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТУРИСТОВ В КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ПРИСОЕДИНЕНИЯ КРЫМА К РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: The article is about inbound and internal tourism in Russia and its Krasnodar and Crimea region in crisis circumstances, problems and ideas for tourism development.

Keywords: Tourist arrivals, visa, Crimea, Krasnodar, transport, tourist brand, region promotion.

Привлечение туристов в Российскую Федерацию и в Краснодарский край, в частности, по-прежнему является актуальной. Ранее мы изучали визовую и транспортную проблемы туризма в России. В кризис эти проблемы по-прежнему актуальны, ситуация усугубляется тем, что многие иностранные авиакомпании уходят с российского рынка, например гонконгская Cathay Pacific с 1 июня 2015 г. сворачивает деятельность в России вследствие снижения туристской активности россиян, связанной с ослаблением курса российского рубля. Российские авиаперевозчики сокращают число маршрутов и частоту рейсов, что ведет к удлинению и удорожанию таких перелетов. Таким образом, прибытие в Россию иностранных туристов и передвижение их по территории нашего государства усложняется.

В визовых вопросах ситуация остается достаточно сложной, хотя в Государственную Думу Российской Федерации внесен законопроект о разрешении 72 часового безвизового пребывания пассажиров паромов, уравнивающее пассажиров паромов с

пассажирами круизных судов, которые этим правом сегодня обладают.

Есть и позитивные тенденции, например, в России впервые Федеральным Агентством по Туризму учрежден конкурс на разработку туристского бренда России. Это ново для нашей страны, хотя большинство стран такой бренд давно имеют, что усиливает их узнаваемость на международном туристском рынке и упрощает продвижение стран и регионов.

Позитивным для развития внутреннего и въездного туризма стало ослабление рубля. Это ведет к двум важным следствиям:

1) снижение стоимости туров в Россию для иностранных туристов;

2) принуждает российских туристов, выбиравших ранее зарубежные курорты, выбрать курорты России.

Эта тенденции продлится еще 1 – 2 года, пока уровень зарплат и цен, компенсирует падение в кризис. За это время туристская индустрия в России, получая дополнительный доход, должна совершить рывок для того, чтобы после восстановления докризисного состояния иметь возможность предложить туристам, что-то большее, чем ранее.

Привлечь туристов на пляжный отдых в Россию, на сегодня, выглядит слишком сомнительно. Здесь есть ряд проблем, таких как: территориальная удаленность российских туристских центров от мест постоянного проживания туристов; визовые трудности; низкий уровень сервиса; короткий пляжный сезон.

Привлекая иностранных туристов, Россия должна делать акцент на типичных для нашей страны, но необычных для развитых стран видах туризма. При этом туристы, стремясь почувствовать на себе фактор туристской уникальности, аутентичности России, менее остро отреагируют на указанные выше проблемы. В виде потенциальных видов туризма можно выделить: охоту и рыболовство; сбор ягод и грибов; пешие и конные маршруты; сафари; туризм с рюкзаком за спиной; приключенческий туризм.

В большинстве стран Европы и Северной Америки природный ландшафт сильно изменен, что привело к исчезновению или сокращению численности большинства видов диких животных, что делает невозможной или дорогостоящей охоту и рыбалку в этих странах. В этих странах невозможно почувствовать себя «на природе» в полном смысле этого выражения, вследствие высокой

урбанизированности ландшафта. Не только охотники и рыболовы будут заинтересованы в природе России, но и любители походов, сбора ягод, грибов, сафари. В отличие от развитых государств, наша страна имеет огромные природные богатства, что, конечно, привлекает туристов.

Отдельной беседы достойно присоединение Крыма. Многие видят в нем конкурента Краснодарскому краю. Возможно, это и будет так, но в достаточно отдаленной перспективе. После присоединения Крыма к России, возник ряд трудностей с его посещением.

Транспортная доступность. На сегодняшний день добраться до территории и Республики Крым и города федерального подчинения Севастополя с территории России без больших трудностей, но за солидную цену возможно лишь авиатранспортом до аэропорта Симферополь. Рейсы выполняются из нескольких городов России, Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург, Минеральные Воды, Новосибирск, Оренбург, Ростов-на-Дону, Самара, Саратов, Тюмень и ряда других.

Остальные варианты переезда, кажущиеся изначально работоспособными, фактически скрывают под собой трудности.

Автомобильный транспорт. По данным АФ «Кубаньпассажиравтосервис» по направлению Краснодар – Севастополь ходит 6 автобусов, Краснодар – Симферополь – 17 автобусов, Краснодар – Ялта – 4 автобуса. В кассах автовокзалов Краснодара в продаже есть билеты туда. В обратном направлении, либо «туда-обратно» билеты не продают. Билеты в обратную сторону возможно приобрести лишь в месте отправления.

Железнодорожный транспорт. С территории России, по данным ОАО «Российские железные дороги», в Крым возможно добраться только поездом № 561/562 «Москва – Симферополь – Москва», 44 часа в пути. Поезд подразумевает паромную переправу на участке «Порт Кавказ – Порт Крым». При этом билеты можно приобрести лишь в кассах ОАО «ФПК» либо ГУП Республики Крым «Крымские железные дороги». Пассажиры фактически покидают поезд на станции «Кавказ Граница» и садятся в другой поезд на станции «Керчь». Маршрут поезда неудобен вследствие того, что на перегоне «Кавказ Граница» – «Ростов Главный» остановочных пунктов нет, что исключает возможность проезда в этом поезде туристов Краснодарского края.

«Единый билет». Под «Единым билетом» подразумевается комбинированный переезд ж/д, автомобильным и морским транспортом. Перевозку осуществляют ОАО «РЖД» и ОАО «ЕТД». Выполняется с 30 апреля. Турист прибывает ж/д-транспортом на станцию Краснодар–1 либо Анапа, далее, автобусным транспортом следует по направлению Краснодар – Керчь – Краснодар, Анапа – Феодосия, Судак, Симферополь, Севастополь или Евпатория – Анапа либо морским транспортом Анапа – Ялта – Анапа. Такой вариант неудобен вследствие длительных стыковок в местах смены транспорта и необученности персонала ОАО «ФПК» бронированию таких билетов.

Вследствие *санкций* в порты Крыма запрещается прибытие международных судов, в том числе пассажирских, не функционируют платежные карты крупнейших международных платежных систем VISA и Master Card.

Из вышеизложенного вытекает вывод о том, что в ближайшие несколько лет, пока не будет построен мост между Портом Кавказ и Портом Крым, большой угрозы для туризма в Краснодарском крае присоединение Крыма не представляет.

Список использованных источников

1. АФ «Кубаньпассажиравтосервис»: офиц. сайт АФ «Кубань-пассажиравтосервис». URL: http:// www.kpas.ru/index2.html.

2. ОАО «РЖД»: офиц. сайт ОАО «РЖД». URL: www.rzd.ru.

3. Федеральное Агентство по Туризму: офиц. сайт Федерального Агентства по Туризму. 2015. URL: http://russiatourism.ru/.

4. Cathay Pacific: офиц. Сайт Cathay Pacific. Гонконг. URL: http:// www.cathaypacific.com/cx/ru_RU.html.

Н.И. Пермякова

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: The development of individual clientorientation standarts of services is an important part at the formation and the support of all corporative culture of an enterprise accomodation.

Keywords: customer, the guality of service, standart, corporative culture.

Растущая конкуренция и высокие запросы потребителей диктуют необходимость создания особой коммерческой философии, гарантирующей успех, – философии ориентации на клиента. Можно сказать, что именно степень удовлетворения клиента определяет сегодня силу или слабость позиции предприятия размещения на рынке. Одно из основных условий формирования стратегического преимущества – предложение продукта более высокого качества по сравнению с конкурентами. И ключевым здесь является предоставление таких услуг, которые бы удовлетворяли и даже превосходили ожидания целевых потребителей.

Для того чтобы уровень сервиса отвечал ожиданиям гостей, гостиничное предприятие должно позаботиться о создании стандартов обслуживания. Стандарт обслуживания – это требования, предъявляемые к услугам, предоставляемым гостиницей, в основе которых лежит понятия «комфорт». Специалисты гостиничного бизнеса приводят следующие составляющие данного понятия:

Бытовой комфорт в отеле – это качество постели, звукоизоляция, гигиена удобства и размер номера, мебель; качество туалета и ванной; хорошо организованное зеленое пространство вокруг отеля.

Экономический комфорт – это удобство проведения расчетов – дисконты, бонусы, клубные карты и пр., что является основой создания «возвратного бизнеса».

Эстетический комфорт – это атмосфера уюта и домашнего тепла, одностилевое единство в оформлении помещений,

положительная цветовая гамма.

Комфорт безопасности – это технические средства жизнеобеспечения предприятия размещения и надежность их функционирования.

Психологический комфорт – это отсутствие негативных раздражителей, принципы уважения и гостеприимства.

Информационный комфорт – это удобство в получении как внешней, так и внутренней информации [3]. Поскольку ожидания клиентов подразумевают комфортный отдых вкупе с качеством обслуживания и формируются на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам, потребители, выбирая средство размещения, безусловно, сравнивают свои ожидания с полученными ощущениями. Если полученное впечатление не соответствует ожиданиям, клиент теряет к отелю всякий интерес, если же ожидания соответствует представлениям или превосходит их, то гость становится постоянными клиентом.

Если исходить из того, что качество – это, в первую очередь, чувство удовлетворения клиента обслуживанием, а качественная услуга – это услуга, отвечающая потребностям гостя, то разработка индивидуальных стандартов обслуживания является важной составляющей при формировании и поддержке всей корпоративной культуры предприятия размещения.

Следовательно, персонал предприятия должен быть, прежде всего, *клиентоориентированным,* т.е. в своей работе по обслуживанию исходить в первую очередь из интересов гостя и удовлетворения его потребностей. Если в результате всех усилий персонала, направленных на потребности гостя, предприятие не получает прибыли или конкурентного преимущества, то понесенные затраты неоправданны. Б. Рыжковский на основе изучения организаций, которые экспертами были признаны клиентоориентированными, дал следующее определение клиентоориентированности – «это инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде и базирующийся на трех критериях: «ключевая компетенция, целевые клиенты и равенство позиций» [4].

Для создания клиентоориентированной организации, по мнению К. Кокрана, необходимо иметь набор основных концепций, и, прежде

всего, систему менеджмента качества, в которой все процессы связаны с потребителем услуг, а персонал в своей деятельности ориентирован на интересы клиента [2]. Большинство специалистов при определении клиентоориентированности указывают на необходимость учитывать интересы «не только внешних, и внутренних клиентов, т.е. сотрудников, обращающихся по различным вопросам в обеспечивающие подразделения компании» [1].

Современной тенденцией развития индустрии гостеприимства в целом является забота о своих сотрудниках – о людях, которые, собственно, и создают эту индустрию. «Чем лучше Центр будет относиться к своим сотрудникам, тем лучше сотрудники будут относиться к клиентам» – девиз наиболее востребованной гостиничной цепи в мире – Marriott [5].

Почти каждый международный гостиничный бренд имеет свой корпоративный стандарт, который неукоснительно соблюдается независимо от того, в какой стране расположен отель, имеется ли там национальный гостиничный стандарт или система классификации гостиниц. Клиентоориентированные стандарты обслуживания складываются годами и десятилетиями.

Таким образом, клиентоориентированность – это долгосрочная стратегия, включающая предоставление качественного продукта целевым клиентам на основе сформированных ключевых компетенций персонала и представляющая собой часть корпоративной культуры предприятия размещения.

Список использованных источников

1. *Ветитнев А.М., Задорожняя А.Н., Конторских А.П.* Клиентоориентированность дестинации – определение и основные подходы к оценке / Форсайт санаторно-курортной сферы. Анапа, 201г.

2. *Кокран К.* Нас много – потребитель один. М., 2009.

3. *Ронзина М.Д.* Стандарты обслуживания клиентов как составляющая корпоративной культуры организации. URL: http:// www.vevivi.ru/best/html.

4. *Рыжковский Б.* Когда клиент голосует деньгами // Управление компанией. 2005. №7.

5. *Скараманга В.П.* Фирменный стиль в гостеприимстве. М., 2012.

Н.В. Пономарёва, В.В. Воронина, А.В. Приходько

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The article describes current trends in the development of tourism industry in the Black Sea region of Russia given the new economic realities.

Keywords: Black sea, tourism, resort towns, tourist destination.

Туризм является мощным фундаментом экономики во многих странах мира, например, в развитых европейских странах он создает до 20% ВВП, тогда как в России этот показатель на уровне 4%. При этом туристический потенциал России огромен – достаточно посмотреть на объекты, включенные во всемирное наследие ЮНЕСКО. Однако в реальности сфера туризма в России находится в стадии развития. Проблемные вопросы известны и не меняются на протяжении десятилетий – низкое качество обслуживания и сервиса, высокие цены на транспорт и питание. Получается замкнутый круг: туризм не развивается потому, что цены высокие, а цены высокие потому, что на курорты приезжает мало отдыхающих.

Внутренний туризм – отрасль, которая требует более динамичного развития и не только за счет спортивных событий мирового масштаба. Эта перспективная отрасль остается в России тяжелой на подъем [5].

Уникальность туризма в том, что он позволяет на основе инновационных идей, даже на территориях, не имеющих реального природного и культурного потенциала, создавать туристические продукты, которые пользуются спросом у отдыхающих. Это фактически продажа впечатлений и эмоций, которые туристы хотят получить во время путешествия [2].

Минувший 2014 г. оказался достаточно беспокойным, как для мировой, так и для российской экономики, особенно значительны перемены в туристической отрасли России. Политическая напряженность в мире, нестабильность валютного курса, введение Евросоюзом и США экономических санкций относительно России – всё это негативно отразилось на туризме, спровоцировав сокращение

туристических потоков, в первую очередь, по популярным европейским направлениям (Франция, Испания, Италия, Великобритания). Ряд крупнейших туристических фирм в 2014 г. объявили себя банкротами – «Нева», «Идеал Тур», «Экспотур», «Роза ветров, «Мир», «Лабиринт»). Очевидно, что в связи с этой обстановкой, запросы российских туристов значительно изменились.

Ассоциацией туроператоров России, совместно с поисковой системой «Яндекс» был проведён анализ запросов российских пользователей на туры в различные страны на январь 2015 г. (рис. 1). По данным «Яндекса», в течение исследуемого периода было зафиксировано 2 586 128 запросов пользователей на различные туры [1].

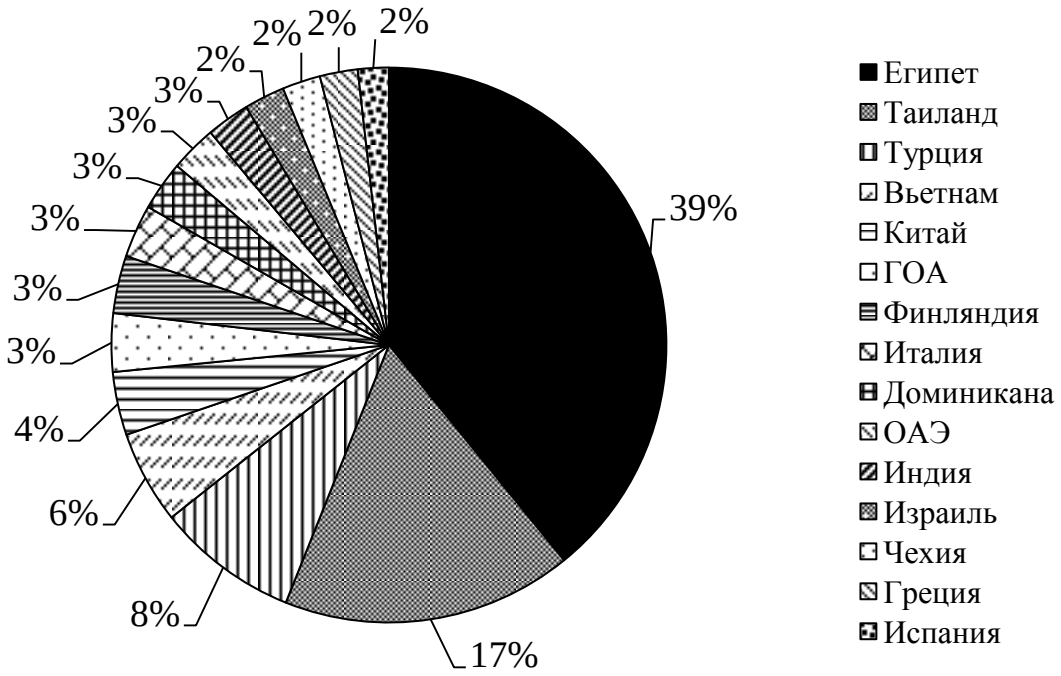

Рис. 1 – Долевое распределение запросов российских туристов на туры за рубеж (Источник: Ассоциация Туроператоров России)

Изучив полученную диаграмму, можно сказать, что лидером рейтинга является Египет. В январе этого года он принял почти треть всех запросов на туры за рубеж. Так же большой интерес у пользователей системы «Яндекс» вызывали туры в Таиланд и Турцию.

Несмотря на всё вышеперечисленное, есть в сложившейся ситуации и плюсы – перспективы развития въездного и внутреннего туризма, прежде всего, в российском Причерноморье, которое обладает высоким туристическим потенциалом. Располагая

уникальными природно-климатическими условиями, обширностью историко-культурного наследия Причерноморье имеет все шансы в скором будущем принимать большое количество туристов, как из соседних стран, так и из стран дальнего зарубежья.

Ввиду последних событий в мире роль внутреннего туризма в России значительно возросла. В 2013 г. количество туристов, путешествующих по России, было на уровне 32 млн. человек. В 2014 г. путешественников стало больше на 30% – 41,5 млн. В Ростуризме отмечают рост на 25% числа туроператоров, которые занимаются внутренним туризмом. На 1 февраля 2014 г. таких фирм было 2957, на 1 февраля 2015 г. уже 3710. Это происходит за счет того, что туроператоры, понимая большой потенциал внутреннего туризма, переориентируют свою деятельность [3].

Туристический рынок Российского Причерноморья достаточно обширен и имеет множество направлений от пляжного отдыха до горнолыжных курортов. Большое влияние на отрасль туризма оказало присоединение Республики Крым и г. Севастополь. Почти мгновенно этот регион стал популярным туристическим направлением, главным образом у россиян.

Однако, существует и ряд проблем, одна из них – низкая транспортная пропускная способность паромных и авиамаршрутов. Эти обстоятельства значительно ограничили мощность туристического потока в Крым. Тем не менее, Российский Союз Туриндустрии прогнозирует рост турпотока в республику на 20% в 2015 г.

Также на протяжении всего 2014 г. лидирующее место по популярности туристских направлений занимали города-курорты Анапа, Геленджик и Сочи.

Посетившие в 2014 г. Краснодарский край туристы принесли в бюджет края 5,6 млрд руб., что больше уровня 2013 г. на 18,1%, объем услуг курортно-туристского комплекса по сравнению с 2013 г. увеличился на 18,3% (в сопоставимых ценах) до 34,9 млрд руб.

Важно отметить, что на сегодняшний день в России туризм развивается не только в хорошо известных туристических дестинициях, с развитой инфраструктурой и сервисом мирового уровня, речь идёт главным образом о таких городах-курортах, как Сочи и Геленджик. Спрос есть и на менее известные курорты. Например, в настоящий момент активно развивается яхтенный туризм, агротуризм, этнографический туризм и даже олимпийский

туризм – всё это вызывает интерес не только отечественных туристов, но и иностранных.

В Ассоциации туроператоров России отмечают, что ощутимый рост турпотока в России возможен только благодаря взвешенной ценовой политике со стороны российских объектов размещения, транспортных и прочих услуг, связанных с туризмом [4].

Туристская отрасль в Причерноморье России имеет долгосрочные перспективы развития. В скором будущем за привлечение туристов между территориями прибрежной зоны обострится конкурентная борьба, которая будет провоцировать развитие туристической инфраструктуры и диверсификацию туристического рынка.

Список использованных источников

1. Анализ запросов российских пользователей на туры в различные страны январь 2015 г. URL: http://www.atorus.ru.
2. *Пшедаток А.Ю., Малахова А.В., Филобок А.А.* Ключевые направления развития туризма на различных иерархических уровнях (международном, национальном, региональном) / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2013.
3. *Сафонов О.* Российская туристическая индустрия сейчас переживает переломный момент. URL: http://www.russiatourism.ru.
4. События и тенденции 2015 г., способные повлиять на туризм в России. URL: http://www.ria.ru/tourism/2015/html.
5. *Чистяков В.И., Рябошапко В.П., Филобок А.А., Шарангия Е.С.* Международные тенденции и современное положение России в мировой индустрии туризма / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.

Т.В. Салеева

СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ – НАПРАВЛЕНИЕ АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Министерство курортов и туризма Краснодарского края

Summary: Adverse conditions for outbound tourism gave chance to domestic tourism. Tourist industry needs to use current situation and to offer an import-substituting tourist's product. The branch which can become the locomotive for development of economy in the conditions of crisis – needs state regulation and support. For assistance to import substitution authorities of Krasnodar Krai made «road map».

Keywords: anti-recessionary measures, import substitution, state support.

По оценке Ростуризма выездной туристский поток россиян по итогам 2014 г. сократился на 20%. При этом число граждан, путешествующих внутри страны, выросло на 40%. Другими словами, неблагоприятные условия для выездного туризма (рост курса валют, санкции западных стран, политическая и экономическая нестабильность и пр.) дали шанс для качественного скачка в развитии отечественного туризма.

Российскому турбизнесу необходимо воспользоваться сложившейся ситуацией и предложить импортозамещающий турпродукт для внутреннего и въездного туризма. Опыт ряда стран говорит о положительном влиянии девальвации национальной валюты на прирост в сфере въездного туризма.

Развитие внутреннего и въездного туризма для нашей страны – важный фактор развития экономики. С учетом мультипликативного эффекта туризм обеспечивает рабочими местами и доходами не только гостиницы, санатории и туристские компании, но и предприятия транспорта, торговли, общественного питания, бытовых услуг, услуг связи и пр. По данным Всемирной туристской организации туризм влияет на развитие 53 отраслей национальной экономики.

Для курортов Краснодарского края этот фактор также крайне актуален. Но при этом не стоит забывать, что наличие туристских

ресурсов еще недостаточное условие для высокого спроса на туристском рынке.

Комплексный подход, развитие инфраструктуры, создание условий для повышения доступности авиаперевозок гражданам из восточных и центральных регионов России, а также качество сервиса, соответствующее ожиданиям потребителей каждого ценового сегмента, способны обеспечить уверенный и устойчивый спрос на отечественные курорты и услуги внутреннего туризма.

Мировая практика показывает, что без участия правительственных программ, активной государственной политики индустрия гостеприимства не сможет стремительно развиваться.

Правительство Российской Федерации разработало прогноз социально-экономического развития страны на 2015 г. и плановый период 2016–2017 гг. В указанном документе отмечено, что наиболее высокие темпы роста будут демонстрировать виды услуг, которые являются лидерами по спросу населения. Прежде всего, это рынок туристских услуг.

В ближайшие годы государство планирует оказывать поддержку из бюджета на создание туристско-рекреационных кластеров, что в свою очередь должно благоприятно сказаться на развитии регионов Российской Федерации.

Продолжит действовать Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». Общий объем финансирования программы должен превысить 139 млрд. руб. В 2015 г. из федерального бюджета планируется выделить около 5 млрд. руб. Эти средства пойдут на реализацию 60 перспективных мероприятий, среди которых проекты по созданию туристско-рекреационных и автотуристических кластеров в 40 регионах Российской Федерации.

В Краснодарском крае также реализуются проекты по созданию туристских кластеров (Абрау – Утриш, Горячий Ключ, Геленджик, Анапа, Лермонтово (Туапсинский район)). Помимо бюджетных средств предполагается, что инвесторы также вложат капиталы в развитие туризма (на строительство гостиниц, ресторанов, спортивных объектов и др.) из расчета 2,2 руб. внебюджетных средств на 1 руб. государственных.

Хотелось бы отдельно остановиться на мерах антикризисного реагирования, которые принимает российское Правительство в 2015 г. Ключевые направления – это меры по поддержке

импортозамещения, содействие развитию малого и среднего предпринимательства за счет снижения административных и финансовых издержек, концентрация ресурсов на приоритетных направлениях развития, повышение устойчивости банковской системы и государственная поддержка системообразующих предприятий.

Правительство Российской Федерации готово увеличить государственные гарантии по кредитам, привлекаемых юридическими лицами для реализации приоритетных проектов. Предлагается субъектам РФ предоставить право снижать ставки налога для специальных налоговых режимов (УСН и ЕНВД). Предполагается ввести право на 2-летние «налоговые каникулы» индивидуальным предпринимателям. Также предусматривается дополнительная бюджетная поддержка сельского хозяйства.

Как видим, никаких специальных мер для туризма не обозначено. Меры социальной поддержки (адресная помощь инвалидам, повышение пенсий), а также мониторинг увольнений и задолженности по заработной плате и пр. в рамках данной статьи не рассматриваются.

Отдельно хочу остановиться на так называемой «дорожной карте» содействия импортозамещению в Краснодарском крае. Для этого в марте 2015 г. распоряжением главы администрации Краснодарского края был утвержден План мероприятий на среднесрочную перспективу. Документ стал дополнением к Плану мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в Краснодарском крае.

Для содействия импортозамещению органы власти Кубани запланировали проведение мониторинга наиболее востребованных товаров импортного производства с целью анализа конкурентоспособности и подготовки предложений по замещению отечественной продукцией, производство которой возможно запустить в краткосрочном периоде. Будет пересмотрен реестр краевых инвестиционных проектов с учетом приоритетности предложений по импортозамещению. В дальнейшем планируется формирование благоприятных условий для продвижения и реализации таких проектов.

Следующим шагом станет создание базы данных инновационных разработок субъектов малого и среднего предпринимательства. Важно обеспечить создание информационного

ресурса с информацией об импортозамещающей продукции и ее производителях, содействие продвижению на федеральном и региональном рынке продукции. Содействие продажам призвано создать альтернативную торговую сеть (производственные выставки-ярмарки, торговые площадки, ярмарки «выходного дня», в частности для сельхозпродукции).

Администрация Краснодарского края старается поддерживать продвижение регионального бренда. Успешными примерами сотрудничества можно считать «Вина Кубани» и «Курорты Краснодарского края». Планируется вовлекать в оборот неиспользуемые земельные участки. Поддержку также получат энергоэффективные производства.

Для субъектов малого и среднего бизнеса запланированы бесплатные тренинги и семинары, помощь в организации участия в зарубежных выставках.

Содействие развитию туризма в Краснодарском крае будет заключаться в поддержке отраслевых инвестиционных проектов, наряду с другими проектами, направленными на импортозамещение. Бюджет края гарантирует софинансирование мероприятий по созданию туристско-рекреационного кластера.

Курорты Кубани также будут активно продвигаться на российских и международных туристских выставках. Отдых на краевых курортах будет пропагандироваться в средствах массовой информации. Для этого предусмотрены бюджетные средства в рамках государственной целевой программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края» на 2011–2018 гг.».

Власти Краснодарского края будут содействовать проведению классификации гостиниц и иных средств размещения с целью повышения качества обслуживания. Планируется поддержка развития таких видов туризма как экологический, этнографический, яхтенный, аграрный, винный и гастрономический. Также поддержку получат детский и молодежный туризм.

Для сравнения, Правительство Турции анонсировало меры финансовой поддержки, чтобы не допустить оттока российских туристов. Премьер-министр Турции сообщил о выделении 6000 долл. США на каждый рейс из России в Турцию и обратно.

В свою очередь Египет вслед за отменой виз готов перейти на взаиморасчеты с россиянами в рублях. В результате своевременных

мер Турция и Египет сохранили высокий спрос и остаются в лидерах для российских туристов по выездным турам.

Подводя итоги, хочется отметить, что отрасль, которая может стать локомотивом для развития экономики в условиях кризиса – нуждается в государственном регулировании и поддержке. Если наше государство обеспечит реализацию таких эффективных мер как рекламная кампания по продвижению отдыха в нашей стране, удешевление перелетов, введение обязательной классификации для объектов туристской индустрии, модернизация инфраструктуры и др., то кризисный 2015 г. может стать прорывным для российского туризма.

Список использованных источников

1. Материалы Ростуризма. URL: http: // www.russiatourism.ru.
2. Распоряжение главы администрации Краснодарского края от 10.03.2015 г. №95-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») содействия импортозамещению в Краснодарском крае на среднесрочную перспективу».
3. Распоряжение Правительства РФ от 27.01.15 №98-р «Об утверждении первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г.».

Д.В. Севастьянов, Ал.А. Григорьев,
Е.М. Коростелев, Е.Ю. Сергеева

РЕЗЕРВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Санкт-Петербургский государственный университет

Summary: At the present time recreational must take into account of natural conditions and and their rational use. Increased interest in the natural, historical and cultural sites of the Russian Federation and the formation of positive image of the inland regions through the media is the basis of development of domestic tourism. It should attract the attention of potential tourists to regional attractions abound: to actively promote national parks and monuments of nature, history and culture, tourism facilities in the regions of the Russian Federation.

Keywords: Recreation policy; regional specificity; tourist resources; natural and cultural heritage.

Современное развитие рекреационного природопользования, связанно с проектированием новых ООПТ, организацией национальных парков и баз отдыха, с расширением эксплуатации существующих курортно-оздоровительных территорий, с включением в туристское освоение новых областей и маршрутов в слабо освоенных и малонаселенных регионах России.

По географическому положению Российская Федерация – северная страна. Огромные площади территории страны (около 3 млн. км^2) лежат за Полярным кругом и более половины территории (до 65%) – в зоне распространения многолетней мерзлоты. В отличие от центральных и южных районов европейской России, территории северо-запада и севера РФ до настоящего времени остаются весьма слабо населенными, вследствие их удаленности от центра России, суровых природно-климатических условий и энергозатратной экономики. В приполярных широтах Русского Севера, Урала и Зауралья лимитирующими факторами для развития хозяйственной деятельности и туризма являются холодная продолжительная зима, многолетняя мерзлота, длительный ледовый покров на реках и морях Северного Ледовитого океана, короткий летний период с изобилием кровососущих насекомых. Однако, в последние годы отмечается устойчивый рост интереса к развитию внутреннего туризма, ориентированного на посещение национальных парков, заповедных лесных и горных территорий в умеренной и полярной зонах России.

Ежегодно растет количество иностранных туристов желающих посетить национальные парки и заповедники РФ, участвовать в круизных маршрутах в арктические широты, к островам Северного ледовитого океана и Северному полюсу.

В 2012 г была принята государственная «Программа развития туризма в РФ на 2013–2020 гг.». Она предусматривает приоритет развития въездного и внутреннего туризма, по сравнению с выездным. В России для этого имеются благоприятные перспективы. По мнению генерального секретаря UNWTO Талеба Рифаи, «…природа, культура и городской туризм – могут быть названы в качестве трех сильных сторон российского туризма» (РИА «Туризм», 2013).

Отметим, что культурный и городской туризм, обычно ориентированы на знакомство с крупными и небольшими старинными городами России (Москва и города Золотого кольца; Санкт-Петербург и пригороды; Казань, Великий Новгород, Вологда, Великий Устюг, Тотьма и мн. др.). В отличие от этого, природные аспекты мотиваций современного туризма ориентированы в основном на такие направления, как экологический туризм (*экотуризм*), сельский туризм (*агротуризм*), сплав по рекам (*рафтинг*), исследование подводного мира (*дайвинг*), наблюдения за животными (например, *фото-сафари* в национальных парках), горные восхождения и горный туризм (*треккинг*), горные лыжи, спелеотуризм, альпинизм и пр. Эти направления постепенно становятся привычными и постепенно развиваются в разных регионах России.

При этом возникает целесообразная необходимость выявления новых аттрактивных природных и историко-культурных объектов для включения их в буклеты и карты и вовлечения в туристские маршруты, например, на древних водно-волоковых путях, вблизи рек, озер и водохранилищ. Это располагает любознательных людей к изучению истории формирования древних водных и водно-волоковых путей, ведущих в глубинные и окраинные области страны, позволяет повысить туристскую привлекательность удаленных от центра регионов страны, что, в свою очередь, является стимулом к вовлечению в рекреационное природопользование неприметных ранее природных и историко-культурных объектов. В конечном итоге это способствует социально-экономическому развитию глубинных районов РФ и возможной переориентации их экономики, с преимущественно ресурсо-добывающей, на рекреационное природопользование.

В связи с изложенным, подчеркнём, что особый интерес может представлять познание истории освоения северо-западных и северных территорий России, изучение древних водно-волоковых маршрутов, по которым первопроходцы проникали из Новгорода и Суздаля в Заволочье, в бассейн Белого моря, и далее на восток в лесные и горные регионы, за Уральский Камень. Эти пути и широкая популяризация сведений о них, имеют существенное научное и практическое значение для развития туризма в РФ [1].

Широко известны исторические водные и волоковые пути «Из варяг в греки», связывавшие Северную Европу, Прибалтику и

Великий Новгород со странами Средиземноморья, а также Балтийско-Волжский путь к странам Ближнего Востока. В значительной мере эти пути уже вовлечены в использование в сфере международного туризма. Меньшую известность имеет водно-волоковый путь из Новгородских земель на северо-восток, в Заволочье (Кенский и Словенский волоки в бассейн Белого моря), в Югру (Печорский край) и далее, через Урал в Зауралье, на просторы Сибири. Это был важнейший торговый путь для развития экономики Древней Руси, протяженность которого по лесам и рекам составляла свыше 2000 км. По мнению профессора Ю.А. Веденина – известного географа и историка – древние водно-волоковые пути – это ценнейшие объекты природного и культурного наследия, требующие изучения и охраны [1].

Начиная с раннего средневековья (VI-VIII вв.) древние новгородцы в поисках новых земель и изобилия пушного зверя прокладывали водно-волоковые пути в Заволочье, и через Уральский Камень в Сибирь Большая часть водно-волокового пути к Уралу от новгородских земель проходила по лесным ландшафтам Двинского и Печорского края, на которых обитали карелы и вепсы, зыряне (коми) и др. В горных районах Урала обитали ханты и манси (вогулы). Свои первые поселения на Урале новгородцы и суздальцы основали в верховьях Печоры и Камы, куда их привлекали богатства пушнины и самоцветов.

Самым древним северным проходом через Камень был Елецкий или Собьский волок, проходивший между р. Елец бассейна р. Печоры – в р. Собь бассейна р. Обь. Он расположен в пределах сквозной, тектонически обусловленной долины, пересекающей в этом месте Уральский хребет. Елецкий проход был самым коротким водно-волоковым путем от Мезени и Печоры к р. Обь. Этот маршрут был наиболее широко известен в средние века. Начиная с XII в. новгородцы активно использовали этот путь, а в 1601 г. за Уралом на р. Таз ими был основан крупный торговый центр – «златокипящая» Мангазея [2].

Но были еще и другие волоковые пути, проходившие южнее: с р. Печоры до р. Щугор, или р. Илыч, а в их верховьях, перевалив через Урал, спускались по р. Ляпин в р. Северную Сосьву и по ней в р.Обь. В разных местах края сохранились уникальные каменные объекты, бывшие языческие святилища. Самое крупное из них – священное для народа манси плато Мань-Пупу-Нёр, одного из чудес

природы России, объекта природного Наследия ЮНЕСКО. расположенное в республике Коми, на территории Печёро-Илычского заповедника.

В настоящее время эти водно-волоковые маршруты через Урал становятся всё более известными и популярными у туристов-водников. Маршруты – «Щугорский» и «Илычский», проходят через территорию Национального парка «Югыд-Ва». Наиболее популярным туристским маршрутом является самый северный. Он интересен тем, что идет по историческому маршруту продвижения первых русских землепроходцев на пути к освоению пространства Сибири.

Таким образом, резервами развития внутреннего и въездного туризма в РФ являются многие малоизвестные, историко-культурные объекты и древние водно-волоковые пути, время создания которых уходит в глубины веков. Пока они используются слабо, но могут и должны быть включены в новые турпродукты, формируемые туроператорами. Появляющиеся сведения о доступности новых интересных объектов, об истории их возникновения, о туристской деятельности заповедников и национальных парков, о современных условиях и перспективах развития территории привлекают туристов из соседних регионов и из-за рубежа. Следовательно, целесообразно усилить рекламную информацию и популяризацию природных и историко-культурных объектов, имеющихся в регионах. Это должно стать стимулом к развитию туристско-рекреационной сферы и служить основой создания новых рабочих мест в депрессивных регионах РФ.

Список использованных источников

1. *Веденин Ю.А.* Формирование нового культурно-экологического подхода к сохранению наследия / Экология культуры: Альманах Института Наследия. М., 2000.

2. *Григорьев Ал.А., Зелюткина Л.О., Исаченко Т.Е., Коростелев Е.М., Паранина Г.Н., Севастьянов Д.В.* Наследие Северо-Запада России и рекреационное природопользование. СПб., 2013.

3. *Зелюткина Л.О., Коростелев Е.М., Севастьянов Д.В.* Водно-волоковые системы Севера России. География. История. Природопользование. СПб., 2013.

Д.В. Сидорова, А.А. Сидоров, А.А. Филобок

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ЮГА РОССИИ В НОВЫХ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Кубанский государственный университет

Summary: The article describes the problems and prospects of development of tourist and recreational complex in Southern Russia, taking into account the investment security. The influence of the new geo-economic conditions in the tourism development of the macro-region.

Keywords: investments, investment project, infrastructure, tourist and recreational complex, a tourist cluster.

Напряженная экономическая ситуация, которая наблюдается сейчас в России, оказала серьезное влияние на инвестиционные вложения в туристско-рекреационный комплекс (ТРК) и на развитие туризма по стране в целом.

С одной стороны, инвестиционные вложения в ТРК в целом сократились. Например, финансирование некоторых проектов в туристской сфере уже приостановлено, как например, большинство проектов Северо-Кавказского туристического кластера, который находится под управлением ОАО «Курорты Северного Кавказа». Как показала практика, все эти проекты внедряются с большим трудом, а само строительство в некоторых республиках не двинулось дальше макетов [3].

В 2014 г. из первой десятки крупнейших инвестпроектов региона исчез туризм. В 2013 г. эту отрасль представляли сразу два проекта – горнолыжный курорт «Роза Хутор» в Красной Поляне и круглогодичный горноклиматический комплекс Лагонаки. Проект «Роза Хутор» фактически реализован (общая стоимость курорта оценивается на уровне 68 млрд руб.), а по Лагонаки произошел фактический отказ от господдержки проекта стоимостью 1,8 млрд долл.

По факту особые экономические зоны, не нашедшие якорных инвесторов, в настоящее время не развиваются. Например, с точки зрения готовности, развитости инфраструктуры Архыз, запущенный в тестовую эксплуатацию 21 декабря 2013 г., является ключевым и

поднимает планку всем остальным проектам. Тогда как еще в 2010 г. не было ничего. За этот короткий промежуток времени в сложных географических условиях проложены десятки километров инженерной инфраструктуры. Благодаря различным инструментам частно-государственного партнерства, поддержи правительства РФ, ОАО «Курорты Северного Кавказа» в туристскую отрасль пошли крупные инвестиции. Сейчас у инвесторов есть все предпосылки для оптимистических прогнозов: все больше россиян предпочитают отдых в пределах своей страны.

Самые значимые инвестиционные проекты Волгоградской и Ростовской областей связаны с подготовкой к чемпионату мира по футболу в 2018 г. Прежде всего, это открытие первого отеля всемирно известного бренда в Волгограде [1].

В 2013 г. в Волгограде открылся отель класса «три звезды» под брендом «Хемптон бай Хилтон», в который инвестор вложил 800 млн руб. В 2012 г., чтобы стимулировать компании к строительству новых отелей, область внесла изменения в региональное законодательство, дав застройщикам ряд преференций. В итоге сейчас в Волгограде строятся отели «Парк Инн» (объем инвестиций – 727 млн. руб.) и «Хилтон Гарден Инн» (800 млн руб.) [2].

Суммарное количество номерного фонда будет доведено до 7500 мест, однако имеющийся сегодня номерной фонд Волгоградской области (160 гостиниц с номерным фондом 5,7 тыс. мест) не загружен на 100%. В Волгоград въезжает около 850 тыс. чел., из них лишь 15% – отдыхающие, остальные – бизнесмены, приезжающие в командировку. Загрузка существующих отелей всего 40%, которые, как правило, в праздники и выходные пустуют. Наполняемость гостиниц имеет ярко выраженный сезонный характер, пик его приходится на весну и осень, в это время заполнено 60% мест.

Основная причина такой ситуации – отсутствие реально работающей программы развития въездного туризма: существующая не дает ответы на вопросы «Чем будут загружены туристы, какие места им можно посещать?». Несмотря на то, что региональная концепция привлечения туристов, рассчитанная до 2018 г., расписана, увеличения турпотока в области не наблюдается. Нет четких маршрутов, программ, системы в работе с туристами, хотя объектов показа много. Кроме того необходимо создавать целый комплекс услуг, начиная с комфортных дорог и заканчивая привлекательными ресторанами.

Предприниматели сами проявили инициативу: появились хостелы, имеющие низкую стоимость проживания и европейское качество. Развитие хостел-движения становится все более перспективным, пока без поддержки государства (действие закона об инвестиционной поддержке на хостелы не распространяется). Строительство ведется исключительно за счет средств инвесторов, можно надеяться лишь на преференции со стороны муниципалитета в части подключения воды, электричества и газа.

Для Волгограда начнется новый этап, потому что после чемпионата жители получат совершенно другой уровень дорожно-транспортной, инженерной, спортивной, гостиничной инфраструктуры, который обеспечит развитие города и региона на многие годы вперед.

Инвестиционные проекты в Ростовской области направлены на подготовку к чемпионату мира по футболу. На левом берегу Дона идет строительство стадиона общей стоимостью 14 млрд руб. Возводимая здесь инфраструктура обеспечит развитие левобережной части Ростова, привлечет сюда новых инвесторов. Проведение матчей чемпионата мира 2018 г. – это возможность найти новые инвестиционные решения для развития Ростовской агломерации. Общий объем инвестиций предположительно превысит 85 млрд руб.

В Астраханской области создают туристический кластер с уклоном на развитие культурно-познавательного туризма. Чтобы привлечь внимание туристов к региону необходимо развивать программы и проекты, повышающие интерес к культурному наследию, в первую очередь, объектам Астраханского кремля.

В Краснодарском крае инвестиционные проекты представлены в основном развитием сети гостиниц на Черноморском побережье. Однако интерес к туристической отрасли исчерпаем, да и возможности развития побережья близятся к пределу. Инвестиционное притяжение к Черноморскому побережью, вызванное Олимпиадой, оказалось весьма продуктивным, и не только для Сочи, но и города-курорты Анапа, Геленджик получили возможность для развития. В новых геоэкономических условиях и напряжённой внешнеполитической ситуации это тем более актуально, т.к. туристические потоки активно перераспределяются из зарубежных курортов на Черноморское побережье, а для некоторых категорий россиян так и вовсе альтернатив ему нет.

В Адыгее разработаны два проекта – туристско-рекреационный парк «Джэнэт» и туристско-рекреационный кластер «Ворота Лагонаки».

Однако, несмотря на такие перспективные инвестиционные проекты в туристско-рекреационном комплексе Юга России, кризис в стране все-таки оказал влияние на объемы инвестиционных вложений в ТРК. Финансирование ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 гг.)» будет сокращено втрое. Всего в 2015 г. на развитие внутреннего туризма из госсредств будет выделено 5,2 млрд руб., за счет частных инвесторов планируется привлечь еще 15. Конечно же, это не своевременно, т.к. именно сейчас, когда случился кризис на рынке выездного туризма стоит задача переориентировать бизнес на внутрироссийский рынок. С другой стороны, это положительный момент для развития отечественного туризма, так как стоимость зарубежных туров растет пропорционально росту курса доллара и евро по отношению к рублю, что дает преимущество российскому туристскому рынку. К тому же у курортов Юга России есть преимущество перед зарубежными курортами – это лечебные возможности наших курортов. Но и здесь стоит учитывать, что стоимость услуг внутреннего туризма на фоне относительно невысокой конкуренции в секторе растет высокими темпами, а общая сложная экономическая ситуация в целом негативно влияет на спрос на туристские услуги.

Список использованных источников

1. Агентство инвестиций и развития Волгоградской области. URL: http://airvo.ru/invest/.

2. *Сидорова Д.В., Филобок А.А., Приходько А.В.* Инвестиционная политика в туристско-рекреационном комплексе Юга России / Вестн. Адыгейского гос. ун-та. 2014. Вып. 2(137).

3. *Сидорова Д.В., Дейко С.Ю., Филобок А.А., Рябошапко В.П.* Проблемы развития и функционирования курортов Северного Кавказа в границах ЮФО и СКФО / Вестн. Северо-Кавказского федер. ун-та. 2013. №6(39).

А.Г. Тишкина

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СПбГУ НА НАПРАВЛЕНИЯХ «ГЕОГРАФИЯ» И «ТУРИЗМ»

Санкт-Петербургский государственный университет

Summary: In the article author says about an experience of preparation of personals for excursion service in SPbU. The University has a large pedagogical tradition in a field of excursion education.

Keywords: pedagogical tradition, excursion, excursion practice, theoretical preparation, humanity education.

Гуманитарное образование в современных условиях имеет две линии реализации, находящиеся в определенном соотношении, через которое осуществляется его главная цель – формирование у студента целостного представления о культурной жизни социума как активной жизнедеятельности людей и ее результатах. Одна из указанных линий имеет преимущественно теоретический характер – изучение культуры по отображению в теориях, описаниях и наблюдениях, изложенных в соответствующей литературе. Второе направление – это обретение студентами необходимых практических навыков, направленных на удовлетворение нужд современного общества.

Если говорить о теоретической подготовке, то в России источники для проработки вопросов, связанных с путешествиями и экскурсионной подготовкой получили особое развитие с конца XVIII в., когда поездки и экспедиции приобрели полноценный, целенаправленный характер и организованные формы.

Со второй половины XIX в организации подобного рода путешествий и исследований начинает появляться частная инициатива. Состоятельные промышленники не раз выступали инициаторами весьма значительных этнографических начинаний, направленных на изучение малоизвестных регионов России. В результате этих начинаний делались подчас крупные географические открытия, внесшие ценнейший вклад в познание жизни отдельных регионов. Наиболее известны инициативы подобного рода крупного железнодорожного магната князя Тенешова и его супруги. А так же сибирского промышленника и мецената И.М. Серебрякова,

организовавшего ряд крупных экспедиций по исследованию Сибири, Дальнего Востока, Приполярья, в которых приняли участие, ставшие позднее известными учеными этнографами и географами В.Г. Богораз (Тан), Л.Я. Штенберг, А.В. Колчак.

Второе, практическое направление, касающиеся подготовки студентов к экскурсионной работе, состоит в проведении экскурсионно-краеведческих практик, в ходе которых происходит непосредственное знакомство и изучение материальной и духовной жизни, обычаев, традиций, форм общения, свойственных населению посещаемых регионов. Помимо этого, в ходе таких практик студенты изучают формы организации проведения экскурсий, учатся взаимодействовать с экскурсантами, водителем автобуса (при необходимости), а также непосредственно готовить экскурсионный материал.

Организация подобных практик имеет в системе высшего образования России давнюю, более чем вековую историю. Особая заслуга в развитии теоретико-педагогического обоснования и организации принадлежала знаменитому педагогу, историку-медиевисту И.М. Гревсу (1860–1941 гг.). И.М. Гревс смог развить оригинальную концепцию экскурсионно-краеведческих практик, отмеченных тщательностью проработки всех сторон образовательных экспедиций и экскурсий, обеспечивающих максимальную познавательную эффективность. Организованные им поездки студентов в Италию для изучения средневековой и ренессансной культуры вошли в золотой фонд отечественной педагогики. Из педагогической школы И.М. Гревса вышли такие знаменитые ученые, как: О.А. Добиаш-Рождестенская, Л.П. Карсавин, А.Н. Анцифиров – ученик и последователь И.М. Гревса, который положил начало изучению Петербурга как особой культурно-исторической целостности.

Центром отечественного краеведения служила школа. Особенно широко было поставлено экскурсионное дело. Знакомство с краем являлось обязательной составной частью образовательных программ средней школы и вузов. И.М. Гревс приложил огромные усилия по созданию особого раздела краеведения – родиноведения, оставив важные методические указания о его сущности и образовательно-воспитательном значении.

Об этих успехах не столь далекой истории образования в нашей стране необходимо напомнить, чтобы обосновать мысль, что ныне

существующая подготовка кадров для экскурсионной и краеведческой работы в рамках образовательных программ СПбГУ, опирается на огромную педагогическую традицию, заложенную отечественными педагогами.

Экскурсионная практика, которая проводится в рамках образовательных направлений «Туризм» и «География» Института Наук о Земле СПбГУ, является составной частью курса «Основы экскурсоведения» и дополняет его практическими навыками, которые приобретаются на маршруте и проведении фрагмента самостоятельно подготовленной экскурсии. Цель проведения практики – обретение навыков разработки и проведения обзорной маршрутной экскурсии в незнакомом регионе. Эффективность любой экскурсии зависит от знаний экскурсовода, владения методикой проведения экскурсии, коммуникабельности экскурсовода, т.е. умения общаться с экскурсантами, работниками туристских учреждений, водителями автобуса и т.п. Поэтому задачи, которые ставятся перед студентами, сводятся к следующему: построить оптимальный маршрут по региону, отобрать объекты показа, собрать информацию, позволяющую представить объекты и регион в целом, получить практические навыки работы на маршруте и при проведении автобусной экскурсии и, на заключительном этапе, составить путеводитель по изученному маршруту.

Для успешной работы на экскурсионной практике, каждому студенту необходимо во время прохождения маршрута вести полевой дневник, где отмечаются все объекты, а так же постоянно отслеживать маршрут следования по карте. Экскурсионная практика представляет собой многодневную (5–7 дней) автобусную экскурсию. Как правило, этого достаточно, что бы студенты могли получить представление о том как самостоятельно вести экскурсию и получить начальные навыки ее проведения.

Предварительная подготовка к практике является очень важным этапом, поскольку обеспечивает успешную работу в дальнейшем. После прослушивания теоретического курса «Основы экскурсоведения», студенты вместе с преподавателем обсуждают предполагаемый маршрут и отбирают объекты будущей экскурсии, выделяя из них главные, как основу для экскурсии, и второстепенные, по которым готовится экскурсионная справка. Объектами могут являться как историко-культурные памятники, так и природные достопримечательности. Каждый студент получает свой

отрезок маршрута для самостоятельной подготовки экскурсии, отбирает литературу (преподаватель помогает в случае необходимости) и, используя теоретические знания, составляет текст экскурсии. На семинарских занятиях перед практикой каждый студент представляет презентацию своего отрезка маршрута (экскурсии) для обсуждения с преподавателем и другими студентами.

Итоговый путеводитель по маршруту является коллективным творчеством студентов. Он составляется после прохождения маршрута и содержит в себе всю информацию о культурных и природных достопримечательностях, музеях, времени их работы, фотографии, сделанные студентами во время практики и литературу, использованную при подготовке к экскурсии. По многолетнему опыту проведения подобных практик, можно сказать, что навыки, полученные в ходе её подготовки и прохождения, помогают в дальнейшем студентам в работе в туристской сфере.

Список использованных источников

1. *Исаченко Т.Е., Тишкина А.Г.*. Краеведение и экскурсоведение как основа для конструирования образов регионов и стран. СПб, 2006.

2. *Тишкина А.Г.* Организация и проведение практики по курсу «Страноведение» // Философия и образование. СПб, 2005.

В.Г. Фоменко

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ПРИДНЕСТРОВЬЯ

Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко

Summary: We consider a set of factors that determine the development of tourist and recreational complex of Pridnestrovye. The emphasis is on the geopolitical factors that are of the greatest importance. The study gives a comprehensive analysis of the difficulties of the tourist and recreational complex in the region.

Keywords: tourism and recreation complex, tourist potential, tourist product, attractiveness, destination.

Развитие туристско-рекреационного комплекса Приднестровской Молдавской Республики (ПМР) сталкивается с рядом системных проблем. Наиболее острой из них является сложная геополитическая и социально-экономическая ситуация вокруг Приднестровья. Несмотря на неопределенность международного политико-правового статуса, Приднестровье позиционирует свой туристический потенциал по трем основным направлениям: военно-историческое; культурно-познавательное и рекреационно-бальнеологическое. В соответствии с этим формируется туристский образ и продукт ПМР. Регион обладает значительным рекреационным потенциалом, представленным мягким климатом, рекой Днестр, живописными ландшафтами, минеральными водами. Находясь на стыке романской и славянской культур, Приднестровье обладает достаточными условиями для развития этнографического туризма. Однако напряженные отношения с соседями существенно осложняют туристскую аттрактивность региона. Он расположен между недоброжелательно настроенными Молдовой и Украиной. На территории Приднестровья нет международного аэропорта. Однако вопрос о реконструкции Тираспольского военного аэродрома поднимался неоднократно. Ограничено железнодорожное и автомобильное сообщение. В силу указанных обстоятельств затруднена транспортная доступность ПМР для туристов. С 2005 по 2006 гг. Приднестровье находится в состоянии экономической блокады со стороны соседних стран. Вся совокупность указанных причин существенно сдерживает освоение туристского потенциала ПМР. При этом, регион представляет потенциально существенный туристский интерес не только для россиян, но и для турок, поляков, шведов, болгар, немцев и армян, оставивших заметный след в его истории, культуре и архитектуре края. Здесь представлено большое число разнообразных дестинаций – средневековая Бендерская крепость, российское военно-мемориальное кладбище, фортификационные сооружения Тираспольского укрепрайона, памятники советского периода, культовые здания (церкви, синагоги, костёлы) [1, 2, 3].

Помимо геополитических проблем развитие туристского потенциала ПМР сталкивается со следующими трудностями:

1) отсутствие детально разработанной концепции развития туризма в целом и по отдельным направлениям;

2) несовершенное законодательство в сфере туризма;

3) отсутствие интегрального реестра памятников природы, истории и архитектуры, представляющих туристский интерес;

4) недооценка тактики «малых шагов» – издание буклетов, туристских карт, туристских паспортов населенных пунктов, открытие профильных сайтов;

5) несодержательные туристские интернет-порталы, на которых слабо представлены достопримечательности, культурные ценности и туристически значимые события;

6) значительный износ материально-технической базы туризма;

7) слабое позиционирование туристских организаций и недостаточная популяризация туристских маршрутов;

8) дефицит объектов туристской инфраструктуры;

9) недостаточный уровень организация въездных туров;

10) неудовлетворительное продвижение сельских пансионов, предлагаемых ими туров и услуг;

11) относительно невысокий уровень подготовки специалистов (особенно экскурсоводов) в сфере туризма на базе государственного и филиалов коммерческих вузов;

12) несформированность индустрии гостеприимства в широком смысле этого понятия – от качества сервиса до «сознательной доброжелательности» населения [3].

Выполненный краткий анализ потенциала функционирования и развития туризма в Республике дает основание представить его как интегральное явление. Ослабление геополитической составляющей среди условий развития приднестровского туризма создаст предпосылки для более эффективного и разнопланового управления туристским потенциалом региона. На взгляд автора, предметом управления туризмом в ПМР являются свойства ресурсов, связи между ними, направления их использования, характер взаимодействия государственных структур и негосударственных организаций, привлечение экспертного сообщества.

Список использованных источников

1. *Сухинин С.А.* Перспективы развития туризма как конкурентоспособной отрасли экономики ПМР / Инновационная

экономика и эффективное гражданское общество – взаимосвязанные факторы конкурентоспособности Приднестровья. Тирасполь, 2007.

2. *Фоменко В.Г., Шерстюк С.А.* Приднестровский туризм: потенциал, направления, проблемы и перспективы развития / Экономика Приднестровья. №2–3, 2014.

3. *Фоменко В.Г.* Интеграционный подход к оценке туристического потенциала Приднестровья / Социальные проекты новой эпохи: инновации через интеграцию. Тирасполь, 2014.

J.A. Doumit

LEABANESE SKI RESORTS SNOW COVER MONITORING USING REMOTE SENSING TECHNOLOGIES

МОНИТОРИНГ СНЕЖНОГО ПОКРОВА ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТОВ ЛИВАНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ДИСТАНЦИОННОГО ЗОНДИРОВАНИЯ

Lebanese University, Lebanon

Summary: In a very small country as Lebanon tourist can find six ski resorts. The global climate changes is affecting winter tourism in Lebanon and its duration, from here it comes the idea of snow cover monitoring and there affections on ski resorts using five sequential Terra/MODIS satellite images for Lebanon. In this paper we analyze the snow duration in the six resort by the applications of GIS and remote sensing technologies to give the tourist an idea about the ski season duration in each resort without taking into account climate factors. As a result of this study ski resort are ranked basing to snow duration and ski lifts hugeness.

Keywords: Ski resort, snow cover, Lebanon, monitoring, remote sensing, satellite image

It is used to European countries the word «SKI» but for a middle eastern country between deserts this word is very hard, it is unknown for some people especially winter tourism lovers that there is a little country with six ski resorts with groomed slopes, catering to skiers and snowboarders of all levels. Beyond the skiable domains await you kilometers of cross-country skiing and snowshoeing trails waiting to be discovered. Mzaar Kfardebian resort offers world-class infrastructure and facilities for the tourists. The Cedars resort is ideal for nature getaway seekers, and Laqlouq is suitable for families with levels up to intermediate [2].

In Lebanon you ski in the morning and plunge into the Mediterranean in the afternoon, Mzaar resort, just 45 min. from Beirut and the coast. Not far beyond are the other attractions such mountains, green

valleys, extensive coastline, many spotted with ruins from all historical ages, natural wonders of all shapes and sizes (waterfalls and grottos), cities and villages home overflowing with the kind of food and wine.

Many paper solve the touristic case of Lebanon but no researches monitoring the snow cover and studying their effectiveness on ski resorts. GIS and remote sensing became a key tools in geographical analysis, some of them solve the topic of situating and orientation of ski lifts, and it is not our case, our study is not climatological study of snow melt but it is an experiment of the snow duration on ski resorts distributed on the Lebanese mountains. The study area took the six scattered non similar resorts (table 1).

Tabl. 1 – Lebanese ski resorts specifications

Specifications	Ski resorts					
	Cedars	Laqlouq	Mzaar	Faqra	Qanat Bakish	Zaarour
Coordinates	N 34°14'58"	N 34°7'48"	N 33°59'32"	N 33°58'51"	N 33°57'44"	N 33°55'17"
	E 36°4'5"	E 35°50'58"	E 35°50'33"	E 35°48'37"	E 35°49'18"	E 35°48'43"
Base altitude	1950 m	1650 m	1830 m	1735 m	1910 m	1700 m
Top altitude	3086 m	1920 m	2465 m	1980 m	2050 m	2000 m
Number of lifts	5	9	18	4	3	7

Table 1 shows the six Lebanese resorts (Cedars, Laqlouq, Mzaar, Faqra, Qanat Bakish and Zaarour), number of lift in each one their top and base altitude above the sea level. A satellite image showing the situation of the resorts (fig. 1).

The study area of figure 1 occupy an area of 11 square kilometers laying on the middle and north part of Lebanon where located the ski resorts including coastal zones, Bekaa valley and a part of Syrian territory.

For Lebanese area we choose Terra satellites data of five sequential scenes dated as: 1) 31 December 2014; 2) 14 January 2015; 3) 01 February 2015; 4) 26 February 2015; 5) 16 March 2015. These satellite images dates are not choose by hazard but related to cloud free scenes, the following satellite images shows how the snow cover is decreasing and affecting the ski resorts.

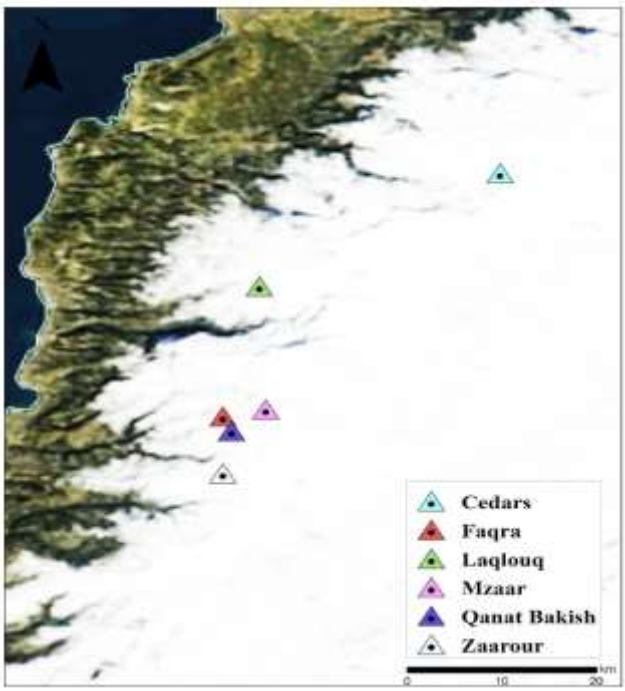

Fig.1 – Ski resorts situations

Methodology and results. The five sequential MODIS satellite images of the Lebanese territory were classified with an unsupervised five clusters to detect snow cover in each image, after classification an aggregate filters were run to remove eye bull areas from the five sequential derived land cover raster layers, the last step in geo-processing was the conversation from raster to vector to obtain the a final land cover map in vector format.

We detected in the classification results of December and March satellite images, clouds cover and some objects with high reflectance due to the automatic classification algorithm. To remove cloud cover and bright object noise from the resulted data, a visual modification of the layers leads to a final corrected snow cover shape and area calculation (figure 2).

In figure 2 it is very clear the huge snow cover area of January caused by a snow storm influencing on the six ski resorts positively by opening the touristic season.

The ski lifts of the six resort was digitized from Google satellite high resolution images and saved in a geo-database files, the ski trails of each resort was enclosed within circles of various radiuses.

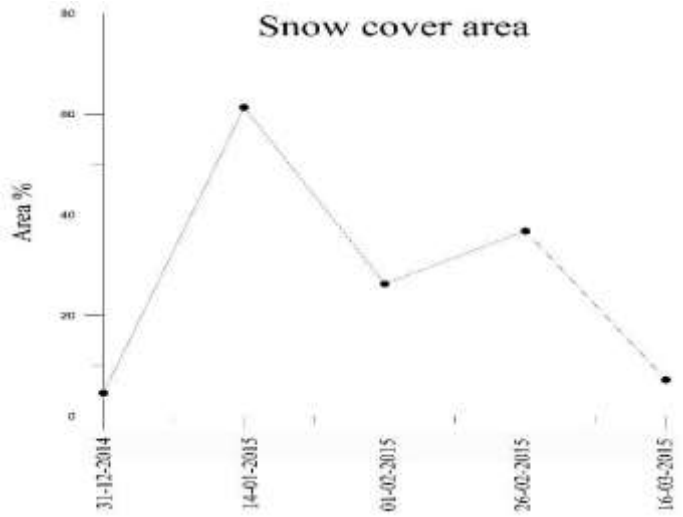

Fig. 2 – Snow cover area of the five sequential MODIS terra satellite images of the Lebanese territory

The radius of each circle define the hugeness of the resort , if we use the radius of the circle as a grade of grouping we found that Mzaar resort comes in the first step with a radius of 4 kilometer, the Ceders one with 2 kilometer then in the third group the rest four resorts of one kilometer.

Tabl. 2 – Snow coverage percentage in each circle representing Lebanese resorts

Resort	Circle radius	Snow coverage, %					
		31.12.2014	14.01.2015	01.02.2015	26.02.2015	16.03.2015	average
Cedars	2 km	100	100	100	100	100	100
Laqlouq	1 km	0	100	100	100	0	60
Mzaar	4 km	85	100	100	100	80	93
Faqra	1 km	20	75	100	100	25	64
Qanat Bakish	1 km	50	100	100	100	85	87
Zaarour	1 km	0	100	100	100	65	73

After the hugeness categorization comes the snow cover duration comparing to each resort represented by its circle table 2, in all the dates the snow fully covering Cedars resort because of its high altitude above the sea level, in February and March all the resort are fully covered, this good result reflect a positive value on the tourism. The ski season at Laqlouq resort is not stable precisely it is shorter than others resorts. At Faqra the season has a fast decreasing in duration between February and March contrary at Cedars and Mzaar which are saving the snow duration.

An average of the snow duration percentage in each resort is made to rate the resorts by their snow duration.

As a result of our analysis a resort rating is as follows:

The Cedars resort occupied the first place by the snow duration, followed by Mzaar, Qanat Bakish, Zaarour, Faqra and Laqlouq.

Conclusion. Remote sensing and GIS technologies constitute important utilities in modern geographical analysis especially in the field of tourism for making digital maps and atlases and some time in touristic sites location analysis the case of our study. The goal of this study is the use of the open source internet data (MODIS and Google earth) free of charges, without taking into account a climate factor and without terrain measurements. We can conclude from this provided analysis that the winter sport duration in Lebanon is very long, tourists have the opportunities of choosing between six Lebanese resorts for skiing.

Five satellite images were not enough to provide a snow monitoring, MODIS spatial resolution is very low but this study gave an idea to provide in the near future a long duration monitoring by adding climates factors.

List of references

1. Yale Center for Earth Observation. URL: http://www.yale.edu/ceo.
2. Ski Lebanon. URL: http://www.skileb.com.

Ф.Б. Алиева

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кубанский государственный университет

Summary: The subject of this article is: «Territorial organization of tourism in the Krasnodar region». It tells us about territorial organization at all, describes features of territorial organization. Also the article shows us what kind of tourism is developing in the Krasnodar region and in what area it is happening.

Keywords: territorial organization, an economy, territorial structure, tourist region, types of tourism, history of the territorial organization

Территориальная организация хозяйства является одной из ключевых концепций краевой экономики. Территориальная организация хозяйства является результатом и проявлением территориального разделения труда и состоит из территориальных процессов и территориальных структур. Под ней предполагается территория, заполненная различными объектами (промышленные предприятия, населенные пункты, транспортные и инженерные сети) с прочной взаимосвязанностью между ними.

Производительной моделью территориальной организации хозяйства являются программно-целевые территориально-производственные комплексы, которые формируются на основе редкостных месторождений природных ресурсов и совершенствуются в рамках принятых правительством программ.

Территориальная организация хозяйства имеет определённые качественные признаки: уровень хозяйственной освоенности территорий, численность населения, размер валового регионального продукта, основной капитал на единицу площади; плотность, разделение производства; развитость и интенсивность внешних и внутренних связей между отдельными элементами и их сочетаниями; условия мобильности товаров, услуг, капитала и людей [1].

Широко известны формы территориальной организации хозяйства, представленные специальными экономическими зонами (СЭЗ). То есть это территории с наиболее благоприятным режимом финансово – экономической деятельности российских и зарубежных инвесторов. В соответствии с направлением хозяйственной деятельности, поставленных экономических задач или других целей СЭЗ могут создаваться различные зоны: зоны свободной торговли, промышленно-производственные зоны, эколого-экономические зоны, туристические центры и др. В основу отбора зональных территорий положены разные принципы: выгодное географическое положение, высокий уровень развития дороговизны или дешевизны инфраструктурного обустройства, наличие значительного ресурсного потенциала для дальнейшего роста и т.д. [5].

Следствием территориальной организации является создание территориальных структур – территориальной хозяйственной интеграции предприятий и других объектов хозяйствования, которые соединены между собой различными формами связи. В принципе есть только две такие формы: групповая и комплексная.

Групповое локальное распределение предприятий дает приоритет над затратами за счет совместного использования природных ресурсов, населения, инфраструктуры и т.д.

Комплексное распределение организаций способствует формированию еще одного дополнительного экономического эффекта за счет установления тесных производственных связей между предприятиями, которые уменьшают затраты на поставку сырья и материалов из других регионов, переработку отходов, так как продукцию или отходы одного производства перерабатывают другие предприятия – соседи. Для экономической эффективности туристской деятельности необходимым является территориальная дифференциация районов по различным показателям: аттрактивность, инфраструктура, транспортная доступность, природные и историко-культурные ценности и др. [1].

Краснодарский край – это один из наиболее известных и популярных курортно-туристических регионов Российской Федерации. Курортный комплекс региона насчитывает свыше 400 туристических фирм, 1300 здравниц, которые принимают ежегодно более 300 тыс. чел. одновременно. В крае сконцентрированы основные приморские курорты страны: Сочи, Геленджик, Анапа – курорты федерального значения, а также Ейск и Туапсе [4].

Основные факторы территориального размещения сферы услуг здесь можно обозначить следующим образом:

– выгодное геополитическое расположение на стыке Европы, Азии и стран СНГ;

– наличие 4 международных аэропортов, агроклиматический потенциал;

– плодородные сельскохозяйственные угодья, позволяющие выращивать весь спектр культур умеренного пояса и отдельные субтропические культуры;

– богатая сырьевая база для перерабатывающей промышленности;

– уникальный рекреационный потенциал, обеспечивающий развитие практически всех видов индустрии туризма и отдыха – приморский, горный, бальнеологический, горнолыжный.

Основой сферы услуг Краснодарского края является индустрия туризма и отдыха, развитие которой характеризуется устойчивой тенденцией роста. Существует целый ряд уникальных рекреационных

ресурсов, которые имеют место быть в Краснодарском крае. Развитие туризма Краснодарского края обеспечивается поддержкой и контролем Министерством курортов и туризма Краснодарского края. Данным министерством проводится работа по развитию отдельных видов туризма – экологического, сельского, этнографического и активных видов туризма [2].

Довольно перспективным видится развитие сельского туризма, что дает возможность горожанам окунуться в обычную провинциальную жизнь сельской местности. Этот вид туризма выражается в организации посещения страусиных ферм, пасек, чайных домиков, организация рыбалки, охоты и винных туров. Основные районы проведения сельского туризма в Краснодарском крае: Темрюкский, Абинский, Горячеключевский, Крымский.

В последние несколько лет начал активно развиваться этнографический туризм. Но здесь существует проблема, связанная с недостаточным развитием транспортной, инженерной инфраструктур на месте обустройства этнографических комплексов. Но, тем не менее, в крае действуют несколько таких комплексов, где есть возможность ознакомиться с национальными культурами народов, которые населяют край: Анапский район – комплекс «Добродея», а также армянский культурный центр «Арин–Берд», Темрюкский район – комплекс «Атамань», Крымский район – комплекс «Кавказские легенды». Также ведется возрождение туристических маршрутов, имеющих до 130 туристических объектов из числа культурно-исторических ценностей. Для этих целей задействованы такие районы, как Северский, Абинский, Туапсинский, Мостовской, Апшеронский и др.

Целесообразно отметить, что в крае ведется развитие активного вида туризма, в основном это туры выходного дня. Данные туры пользуются спросом не только у жителей края, но также и соседних регионов. Основные районы, в которых идет развитие этого направления: Сочинский, Анапский, Темрюкский район и др. Огромное внимание органами власти уделяется обеспечению безопасности туризма. Для этих целей были приняты нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы принятия мер безопасности на маршрутах. Однако привлечение большого количества туристов на пешеходные маршруты весьма проблематично по причине плохо развитой инфраструктуры в некоторых районах, недостаточности

социальной рекламы активного отдыха, а также ограниченное число дополнительных услуг [4].

Территориальная организация хозяйства оказывает содействие созданию определённых территориально-экономических пропорций, которые обеспечивают стабильное функционирование государственной экономики. Оптимальные соотношения образовываются между отраслевым и территориальным аспектами общественного производства. Исходом является укрепление экономического статуса и управленческого функционирования территорий при сохранении отраслевых функций государства в решении общих для всей страны задач.

Одним из главных и установленных методов региональной экономики является анализ социально-экономического развития регионов. Он опирается на применении концепции статистических коэффициентов, которые характеризуют основные явления и пропорции, существующие в региональной экономической системе, и, поэтому причисляется к группе статистических методов.

Главная цель данного анализа заключается в том, чтобы раскрыть диспропорции и неприменяемые возможности экономического роста для дальнейшей аргументации вариантов стратегии социально-экономического развития региона.

Оценка социально-экономического развития ориентирована на решение нижеуказанных задач:

1) анализ состояния природно-ресурсного потенциала региона;

2) выявление факторов ухудшения состояния окружающей среды;

3) изучение особенностей, как динамики населения, так и его половозрастной структуры, а также причины основных миграционных потоков;

4) оценка использования трудовых ресурсов по основным отраслям экономики региона.

5) установление тотальных и особенных причин безработицы, которая существует в регионе;

6) оценка качества материального благосостояния населения, обеспеченность населения основными объектами социальной инфраструктуры.

Исключительно такое систематическое изучение всех основополагающих параметров жизнедеятельности региона может дать более или менее объективную картину социально-

экономического состояния в регионе, состояния планомерности экономики региона, основные пути последующего развития региона [3].

Задачи развития территориальной организации хозяйства как важнейшей предпосылки увеличения его экономической эффективности имеют беспредельно большую народнохозяйственную значимость. Научные первоначальные элементы территориальной организации хозяйства были исследованы в трудах основателей марксизма – ленинизма. В.И. Ленин, создавая программу социалистического строительства в стране, выразил базисные принципы социалистического распределения производительных сил, особенно выдвинул на первый план значение организации всего хозяйства как одного целого на определенной территории и обозначил основные направления комплексного роста народного хозяйства страны и ее экономических районов. На ленинских идеях основывались исследования территориальной организации хозяйства, широко проводимые в СССР [1]. О первом систематическом плане развития народного хозяйства, который был составлен с учетом экономических закономерностей социализма, в частности социалистического разделения труда. И не смотря на то, что сущность этих понятий в силу прогресса производительных сил в Советском Союзе менялось, вынесенные В.И. Лениным принципы оставались первостепенными в организации хозяйства экономических районов на всех этапах социалистического строительства.

Исследования территориальной организации хозяйства были заложены еще в 1960 – 1970-е гг. в работах крупных отечественных экономико-географов: В.К. Арсеньева, Ю.Г. Сушкина, А.Т. Хрущева, И.В. Никольского и др. Так А.Т. Хрущевым впервые была выявлена сущность понятия «территориальная организация промышленности». Им было показано, что основными формами территориальной организации промышленности являются промышленные районы, промышленные комплексы, а также промышленные узлы. Тем самым было указано существование тесного взаимоотношения между территориальной организацией промышленности и промышленным районированием. Также много работ было посвящено конкретным задачам исследования и разработки путей совершенствования территориальной организации производства определенных областей.

В связи с изучением за последние время производственной и непроизводственной инфраструктур, область таких исследований увеличивается: в нее включаются вопросы территориальной организации промышленного и сельскохозяйственного производства, а также всего хозяйства и формирования социально-экономических комплексов. Специальные вопросы территориальной организации хозяйства становятся предметом все более пристального изучения и внимания (это объясняется потребностями народнохозяйственной практики и логикой развития самого научного исследования) [1].

Исходя из определения территориальной организации хозяйства, любое предприятие в ходе своего строительства и функционирования через большое число ресурсов, товаров образует сложную систему сопряжений с другими предприятиями и объектами инфраструктуры и формирует надлежащие территориальные структурные звенья.

Список использованных источников

1. *Бакланов П.Я.* Территориальная организация хозяйства и региональное развитие территориальной структуры хозяйства в региональном управлении. URL: http://www.vestnik-agro.sfedu.ru.
2. *Волкова Т.А.* Территориальная организация сферы услуг Краснодарского края и ее изменения / Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, М.Ф. Ходыкина, А.В. Приходько // Глобальный научный потенциал. URL: http://www.globaljournals.ru.
3. Методы, используемые для анализа территориальной организации хозяйства. URL: http://www.allendy.ru.
4. Развитие туризма в Краснодарском крае. URL: http://www.goryuga.ru.
5. *Самойленко А.А*. География туризма. Ростов н/Д, 2006.

В.В. Анисимова, А.Н. Пелина

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНДУСТОРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ (НА ПРИМЕРЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ КАК СЕГМЕНТА ОТРАСЛИ)

Кубанский государственный университет

Summary: At the present stage of development the hospitality industry plays a significant role in the economy of any country (region). The hospitality industry is a complex of spheres of human economic activity. The hospitality industry of Krasnodar region is a rapidly growing segment of the economy. The development of the hotel industry in the region gives a great impulse for the development of such industries as tourism, transportation, consumer services, construction.

Keywords: hospitality industry, hotel industry, the segment of the economy, tourism, social services.

На современном этапе развития человеческого общества индустрия гостеприимства играет значимую роль в экономике любой страны. Структура индустрии гостеприимства комплексна: основана на деятельности компетентных работников, удовлетворяющих любые запросы и желания потребителей услуг.

Гостеприимство является основным понятием цивилизации, которое, развиваясь, превратилось в мощную индустрию. Индустрия гостеприимства включает в себя колоссальное количество сфер экономической деятельности людей – туризм, развлечения, отдых, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных конференций, инфраструктурный комплекс.

Для каждой страны индустрия гостеприимства играет на данный момент важную, а иногда решающую роль в развитии экономики. Развитие индустрии гостеприимства в той или иной стране зависит от многих факторов. Немало важным фактором является ресурсный потенциал страны, который служит основой развития отраслей экономики.

Для такой огромной по площади и разнообразной по ресурсному потенциалу страны, как Россия, индустрия гостеприимства имеет возможность в перспективе занять лидирующее положение в

структуре экономики. Такая перспектива обусловлена многими аспектами, главным из которых является региональное комплексное разнообразие. Региональный аспект играет важное значение поскольку суть гостеприимства будет разной, в зависимости от местоположения региона.

Краснодарский край имеет весьма много предпосылок для развития здесь индустрии гостеприимства. На данный момент индустрия гостеприимства в крае – активно развивающийся сегмент экономики.

Важным элементом рассматриваемой индустрии являются гостиничные предприятия (средства размещения).

Средство размещения – помещение, используемое организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения [1]. Средства размещения подразделяются на коллективные и индивидуальные.

К коллективным средствам размещения относят: гостиницы, апартотели, мотели, молодёжные гостиницы (хостелы), курортные отели, кемпинги, базы отдыха, туристические базы, рекреационные центры (центры отдыха), туристские деревни (деревни отдыха), прогулочные корабли, детские оздоровительные лагеря. К индивидуальным средствам размещения относят: гостевые комнаты, шале, бунгало, стационарные фургоны [1].

На данный момент во всём мире все предприятия гостиничной индустрии подлежат обязательной классификации, главная цель которой – определение соответствия гостиницы и номеров установленным критериям. Средства размещения классифицируют по разным признакам, однако существует несколько наиболее распространенных классификаций. Необходимо отметить, что предпринимались попытки создания единой классификации средств размещения, однако до сих пор подобной классификации не существует.

В России классификация средств размещения осуществляется на основании приказа Федерального агентства по туризму от 21.07.2005 г. №86 «Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения».

Вышеуказанный нормативный акт закрепляет организационную структуру классификации и её участников, порядок проведения классификации, формы документов, необходимых для

классификации и др. важные моменты. Повышенное внимание сосредоточено на оказываемых гостиницей услугах, питании и квалификации персонала.

На конец 2014 г., в Краснодарском крае была проведена классификация 1 240 средств размещения с мощностью 85 781 номер. Всего в крае 203 гостиницы категории 1 звезда, 202 – 2 звезды, 248 – звезды, 70 – 4 звезды, 32 – 5 звезд и 434 мини-отелей. Наибольшее число средств размещения, прошедших классификацию, расположены в г. Сочи – всего 991 средство размещения (1 звезда – 192, 2 звезды – 148, 3 звезды – 165, 4 звезды – 46, 5 звёзд – 23 и мини-отели – 417).

В краевой столице прошли классификацию 32 средства размещения – 8 гостиниц категории 2 звезды, 13 – 3 звезды, 4 – 4 звезды, 3 – 5 звёзд и 4 мини-отеля.

В Геленджике всего 53 средства размещения (3 – 1 звезда, 13 – 2 звезды, 25 – 3 звезды, 3 – 4 звезды, 2 – 5 звёзд и 7 мини-отелей). В Анапе – 6 средств размещения категории 1 звезда, 25 – 2 звезды, 38 – 3 звезды, 9 – 4 звезды, 2 – 5 звёзд и 6 мини-отелей. В Туапсинском районе 3 гостиницы категории 2 звезды, 7 – 3 звезды, 8 – 4 звезды и 2 – 5 звёзд. В Ейском районе классификацию прошли 7 средств размещения – 2 гостиницы категории 1 звезда и 5 – 2 звезды [2].

Также в связи с подготовкой и проведением в России Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г., кубка конфедераций FIFA 2017 г. с 1 июля 2016 г. на территории всего Краснодарского края предоставление гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания не допускается без свидетельства о прохождении классификации.

На 11 февраля 2015 г. для проведения классификации средств размещения на территории Краснодарского края аккредитовано две организации:

1. Некоммерческое партнёрство «Национальный центр независимой экспертизы» (г. Москва). Область аккредитации: гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы.

2. ОАО «Курорт экспертиза» (г. Краснодар). Область аккредитации: гостиницы и иные средства размещения, пляжи, горнолыжные трассы.

Исходя из представленной статистики и перспективы развития классификации средств размещения, можно сделать важный вывод – гостиничная индустрия приобретает международный уровень.

Гостиничная индустрия на территории Краснодарского края способствует развитию сопутствующих отраслей в регионе (туризм, транспорт, бытовое обслуживание, торговля, строительство, сувенирная промышленность, общественное питание, индустрия досуга и развлечений), то есть структурных элементов индустрии гостеприимства). Также развитие гостиничного бизнеса способствует росту благосостояния населения региона через занятость в гостиничном хозяйстве и сопутствующих отраслях.

В целом активное развитие индустрии гостеприимства оказывает влияние на повышение образования, культуры населения, политику государства и других социальных сфер и формирует имидж региона (государства) на международном уровне.

Список использованных источников

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: сборник нормативных документов / Сост. Ю.Ф. Волков. Ростов н/Д., 2010.
2. Классификация средств размещения в Краснодарском крае URL: http://www.russiatourism.ru.

А.С. Аракелов

ОЦЕНКА ПРИРОДНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ТЕРРИТОРИИ НА ОСНОВЕ ИНДИКАТОРНОГО МЕТОДА АНАЛИЗА

Российский государственный гидрометеорологический университет, Филиал в г. Туапсе Краснодарского края

Summary: Use of a technique of creation of indicator system allows to carry out the deep, complex analysis of a condition of environment of the territory.

Keywords: indicator method of the analysis, natural and recreational resources, indicator of natural resources.

На сегодняшний момент в научной литературе встречается большое количество различных подходов к оценке природно-

туристских ресурсов, однако большинство из них не дает комплексного анализа тех или иных компонентов природной среды.

В связи с этим нами предлагается использование методики построения индикаторной системы для проведения глубокого и комплексного анализа состояния природной среды территории.

Далее нами предлагается перечень индикаторов, используемых для построения модели оценки природных ресурсов, а также проводится анализ природно-туристского потенциала муниципальных образований Краснодарского Причерноморья.

– индикатор протяженности береговой полосы $I_{ОбПл}$ (1);

$$I_{ОбПл} = \frac{L_{ПЛм}/L_M}{L_{ПЛр}/L_P} - 1 \quad (1)$$

где:

$L_{ПЛм}$ – величина протяженности пляжей с шириной более 10 м муниципального образования, км;

$L_{ПЛр}$ – величина протяженности пляжей с шириной более 10 м региона в целом, км.;

$L_м$ – протяженность береговой линии муниципального образования, км;

$L_р$ – протяженность береговой линии региона, км.

– индикатор уровня солнечной активности I_C (2);

$$I_C = 2 * \frac{C_{MO} - C_{min}}{C_{max} - C_{min}} - 1 \quad (2)$$

где:

C_{MO} – количество дней с ясной солнечной погодой в муниципальном образовании, дн.;

C_{min} – минимальное количество дней с ясной солнечной погодой по региону, дн.;

C_{max} – максимальное количество дней с ясной солнечной погодой по региону, дн.

– индикатор лесопокрытия территории $I_{ЛЕС}$ (3);

$$I_{ЛЕС} = \frac{S_{ЛЕС_M}/S_M}{S_{ЛЕС_P}/S_P} - 1 \quad (3)$$

где:

$S_{ЛЕС_M}$ – площадь лесов муниципального образования, км^2;

$S_{ЛЕС_P}$ – площадь лесов региона, км^2;

S_M – площадь муниципального образования, км^2;

S_P – площадь региона, км^2.

– индикатор величины сбросов сточных вод $I_{ЗСС}$ (4);

$$I_{ЗСС} = 1 - \frac{ЗСС_М/L_М}{ЗСС_Р/L_Р} \quad (4)$$

где:

$ЗСС_М$ – величина поступления сточных бытовых сбросов в прилегающую акваторию муниципального образования, тыс.т.;

$ЗСС_Р$ – величина поступления сточных бытовых сбросов в прилегающую акваторию региона, тыс.т.;

– индикатор величины выбросов в атмосферу $I_{ЗА}$ (5);

$$I_{ЗА} = 1 - \frac{ОВ_М/S_М}{ОВ_Р/S_Р} \quad (5)$$

где:

$ОВ_М$ – величина объема выбросов загрязнителей в атмосферу для муниципального образования, тыс. т.;

$ОВ_Р$ – величина объема выбросов загрязнителей в атмосферу для муниципалитета в целом, тыс. т.

– индикатор поступления ТБО $I_{Зтбо}$ (6);

$$I_{Зтбо} = 1 - \frac{Зтбо_М/S_М}{Зтбо_Р/S_Р} \quad (6)$$

где:

$З_{ТБОм}$ – величина поступления ТБО в прилегающую территорию районного административного образования муниципалитета, тыс. т.;

$З_{ТБОр}$ – величина поступления ТБО в прилегающую территорию муниципалитета, тыс. т.

Сведем полученные результаты в единый индикатор природных ресурсов (7):

$$I_{ПР} = \frac{I_{ОбПл}+I_С+I_{ЛЕС}+I_{ЗСС}+I_{ЗА}+I_{Зтбо}}{6} \quad (7)$$

где:

$I_{ПР}$ – природных ресурсов.

Исходные данные и результаты расчетов сгруппируем в табл. 1.

На основе проведенного анализа и выведенного индикатора природных ресурсов, можно сделать следующие выводы.

Наибольший показатель индикатора в городе-курорте Сочи. Это объясняется, в первую очередь, наличием благоприятного субтропического климата, а также сочетанием всевозможных видов отдыха от лечебно-оздоровительного до горнолыжного. Значительный приток инвестиций в связи с проведением Олимпийских Игр в Сочи в 2014 г., позволили муниципальному образованию в значительной степени улучшить экологическую ситуацию, обустроить береговую зону, добиться экологизации в производстве и строительстве.

Табл. 1. – Расчет индикатора природных ресурсов муниципальных образований Краснодарского Причерноморья

Название МО	$I_{ОбПл}$	$I_{С}$	$I_{ЛЕС}$	$I_{ЗСС}$	$I_{ЗА}$	$I_{Зтбо}$	$I_{ПР}$
Город-курорт Сочи	0,136	0,97	0,335	0,514	0,574	– 0,282	0,375
Туапсинский р-н	0,016	– 0,71	0,347	0,76	0,41	0,591	0,236
Город–курорт Геленджик	0,09	– 0,43	0,341	0,855	0,22	0,376	0,242
Новороссийск	– 0,484	–1	– 0,13	0,53	– 1	– 1	– 0,514
Город-курорт Анапа	0,165	1	– 0,663	– 1	– 0,106	– 0,36	– 0,161
Темрюкский р-н	– 0,4	– 0,86	– 0,845	– 1	0,397	0,664	– 0,341

Далее идут Туапсинский район и город-курорт Геленджик с примерно одинаковыми значениями индикатора. Данные регионы во многом похожи. Геленджик обладает чуть лучшим показателем природно-ресурсного потенциала, что делает его довольно привлекательным для организации различного рода отдыха, предоставления более широкого спектра туристских услуг. В Туапсинском районе особый акцент сделан на развитии лечебно-оздоровительного и детского туризма (на территории Туапсинского района находится большое количество детских лагерей, в том числе крупнейший в России Всероссийский Детский Центр «Орленок»).

Четвертым по рассматриваемому показателю является город-курорт Анапа. Проведенный анализ показал, что район обладает прекрасными рекреационными ресурсами для организации лечебного и санаторно-курортного отдыха и развивается в этом направлении. Однако сложная экологическая ситуация негативно сказываются на общем туристско-рекреационном потенциале территории.

Далее в нашем списке расположено муниципальное образование город Новороссийск. Территория района имеет не столь высокий потенциал природных ресурсов для развития туристской отрасли. Наиболее перспективными здесь являются познавательный и культурно-исторический потенциал. Хорошо развитая инфраструктура и богатое культурно-историческое наследие могут стать основой для притока инвестиций в район и развития различных направлений туризма.

Наименьший показатель индикатора природных ресурсов среди муниципальных образований Краснодарского Причерноморья в Темрюкском районе. Данный регион обладает низким потенциалом для развития санаторно-курортного отдыха, хотя имеющиеся на территории Таманского полуострова источники лечебной грязи могут быть использованы для организации бальнеологического туризма. В последние годы в Темрюкский район привлекаются дополнительные инвестиции в развитие различных отраслей народного хозяйства. Среди них можно выделить и туризм, в первую очередь, познавательный. Тамань обладает богатым культурно-историческим наследием. В общем можно сказать, что предпосылки для развития туристско-рекреационного комплекса в районе есть, но для этого необходимо решать существующие проблемы экологического и социально-экономического характера, а также привлекать в район значительные инвестиции долгосрочного характера.

И.И. Ашкинадзе

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: Tourism is a serious policy of a global degree, due to it, it can possible to solve some international problems «Poeple's Diplomacy». Due to tourism becomes possible layer of undesirable stereotypes, forming of new philosophical orientations.

Keywords: tourism industry, social-economical and cultural-psychological aspects.

Туризм представляет собой неотъемлемую часть жизни современного общества, являясь феноменом мирового масштаба. На экономическом уровне он представляет собой мощную мировую индустрию, занимающую до десяти процентов мирового валового продукта. Каждый пятнадцатый человек в мире, так или иначе, связан

с индустрией туризма, поэтому туризм можно рассматривать как социальной явление.

Страны, где осуществляется целенаправленное и постоянное внимание к проблемам эскалации туристской индустрии, ее действенная поддержка на всех уровнях законодательной и исполнительной власти, успешно решают те социальные проблемы, которые связаны с национальным возрождением и культурным ростом.

Сам туризм, будучи явлением мировой культуры, способствует, в свою очередь, раскрытию и постижению различных сторон и характеристик самой культуры: ее сущности, видов, форм и функций в «живом» виде. На конкретных примерах можно познакомиться как с уровнем развития определенных исторических эпох и цивилизаций, так и со степенью совершенствования различных сфер человеческой жизни и деятельности. Факторы исторической преемственности визуализируются, значительно активизируются познавательная, информативная, коммуникативная, оценочная стороны восприятия действительности. Во время прохождения любого тура происходит знакомство и освоение «чужого» социокультурного пространства; каждым туристом, часто на подсознательном уровне, проводится компаративный анализ отношения к природе, обществу и отдельному человеку, как в «чужом», так и в своем социуме. Таким образом, благодаря туризму в сегодняшнем мире уже в планетарном масштабе становится возможной эскалация межкультурной коммуникации.

Туризм является серьезной политикой глобального уровня, благодаря которой возможно разрешение ряда международных проблем посредством «народной дипломатии». Благодаря туризму становится возможным слом нежелательных стереотипов, формирование новых мировоззренческих ориентиров.

В социальном аспекте туризм можно рассматривать и как фактор совершенствования качества жизни. Туристская деятельность связана не только с прямым экономическим эффектом в виде дополнительных доходов, создания новых рабочих мест, развития инфраструктуры, но и с влиянием туризма на социально-психологическое состояние человека, улучшение его здоровья и уровня благосостояния.

Любое социальное явление, к числу которых относится и туризм, имеет также и свой «психологический аспект», так как общественные закономерности могут проявлять себя только через

деятельность людей, обладающих сознанием и волей.

В основе любой туристской поездки лежит ее мотивация, которая определяет выбор, как самого вида туризма, так и места назначения, времени осуществления тура, продолжительности путешествия и пр. Поэтому практическая значимость изучения и использования мотивационного вектора в туриндустрии очевидна. Объективными факторами туристской мотивации являются возраст, образование, социальная и конфессиональная принадлежность, доход, семейное положение, состояние здоровья, наличие и продолжительность отпуска, характер, вид и напряженность работы и пр. Психологические (субъективные) факторы могут играть как доминирующую роль при выборе тура, так и выступать в качестве побочных, способных оказать влияние на поведение потенциального туриста при принятии им решения о путешествии и выбора его вида.

Как и любая мотивация, мотивация туризма сводима к двум методологическим подходам: стремлением либо к равновесию, либо к напряжению. Основываясь на психологических классификациях (например, пирамиде потребностей Маслоу) Макинтош и Гоэлднер (McIntosh, Goeldner, 1995) выделяют следующие типы мотивов, заставляющих людей путешествовать:

– физические (потребности в отдыхе, спортивной нагрузке, психологической и эмоциональной разрядке, поддержании здоровья);

– культурные (желание побольше узнать о других странах – фольклор, танцы, живопись, искусство, религия);

– статусные (престижные), (удовлетворяется потребность в признании, в большем внимании со стороны других людей, забота о репутации, желание быть оцененным «по заслугам»);

– межличностные (желание убежать от привычной рутины жизни, проблем в отношениях, стремление завести новые знакомства или навестить родственников и друзей).

Таким образом, при выборе турпродукта турист руководствуется целой гаммой мотивов. Среди них:

1) Забота о здоровье. В данном случае поездка связана с лечением, пляжным отдыхом, занятием оздоровительными видами спорта. Во время таких поездок появляется возможность заниматься регулярно теми видами спорта, которые лишь эпизодически доступны в течение года, а также систематически получать медицинские процедуры.

2) Обучение. Практикуются туры с целью изучения

иностранных языков, получения бизнес-образования (менеджмент, маркетинг и др.); распространенными становятся обучающие туры по интересам (кулинария, искусство, экология и др.).

3) Возможность самовыражения и самоутверждения. Это так называемые приключенческие туры (покорение горных вершин, кругосветные путешествия, подводная охота, различные экспедиции и т.д.).

4) Возможность заняться любимым делом в среде единомышленников. Такие туристы предпочитают специальные туры (для автолюбителей, спортивных болельщиков, паломников и т.д.).

4) Решение деловых проблем. Сюда можно отнести деловые и конгресс-туры.

5) Развлечение и потребность в общении с другими людьми. Такие поездки часто осуществляются в праздничные дни.

6) Повышение культурного уровня. Для удовлетворения этой потребности организуются туры по знаменитым городам, столицам, историческим и культурным центрам.

Мотивы также определяются такими характеристиками личности туриста как возраст, образование, социальная принадлежность, менталитет, вероисповедание, доход, семейное положение и др.

Следует отметить, что общей основой всех туристских мотивировок является потребность в досуге, что обусловливает комбинированный характер туризма, его стремление к разнообразию.

В зависимости от тех или иных мотивов путешествия, а также способов организации поездки можно различным образом классифицировать туристов: *организованный*, вливающийся в массу людей; *массовый* турист, пользующийся услугами турфирм по заранее спланированным турам; *индивидуальный* турист, использующий туристскую инфраструктуру, но самостоятельно организующий свою поездку; *турист-исследователь*, путешествующий преимущественно с познавательными целями; *турист-бродяга*, у которого отсутствует фиксированный маршрут и который привык рассчитывать только на себя.

В психологии туризма большое внимание уделяется изучению вербальных и невербальных средств общения. Вербальная культура характеризуется тем, что основная информация о значениях реалий и намерений передается посредством слов и предложений, а контекст имеет меньшее значение. В невербальной культуре именно контекст

и то, что стоит за словами, имеют гораздо большее значение, чем сами слова, т.е. большое значение придается жестам, зрительному контакту.

К психологическим методам, применяемым в туризме, можно отнести психотехнологию продаж турпродукта, то есть действия турагента (туроператора), основанные на знании социально-психологических закономерностей взаимодействия с клиентом, умении управлять им в интересах деятельности фирмы.

Таким образом, в современном мире туризм постепенно трансформируется в социальный феномен глобального уровня, а социально-психологические исследования в области туризма представляют не только теоретический, но и практический интерес.

В.А. Бабиков

ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МИНЕРАЛЬНЫХ ХОЛОДНЫХ ИСТОЧНИКОВ СЕЛЕНГИНСКОГО СРЕДНЕГОРЬЯ

Бурятский государственный университет

Summary: In article features of landscape and balneological conditions of cold mineral sources in limits of physiographic area of the Western Transbaikalia – Selenginsky middle mountains are considered and their lines of similarity and distinction are defined.

Keywords: balneology, medical resources, landscape conditions, medical and improving districts, traditional environmental management

Территория Селенгинского среднегорья имеет высокий лечебно-оздоровительный потенциал. Практически возле каждого населенного пункта имеется выход холодных минеральных источников. Наиболее известные и часто посещаемые в основном неорганизованными туристами являются источники: «Аксуурга» или Загустайский минеральный источник, «Халютинский аршан», минеральный источник «Хурьгад» и другие.

Загустайский минеральный источник находится в живописном месте западнее Щучьего озера в 3 км от села Ягодное на правом борту ручья Аршан. Радоновые воды выходят у подножья южного

склона Хамбинского хребта. Площадь выходов минеральных вод – 0,01 $м^2$. До здравницы проложена грунтовая дорога. Местные жители называют родники, бьющие из-под земли, «желудочным и глазным». «Желудочный» источник каптирован срубом размером 1,5 х 1,5 м. «Глазной» источник не каптирован и изливается на поверхность самопроизвольно. Выходя на поверхность, оба аршана через полтора метра сливаются в одно русло, образуя ручей Аршан. Научное описание Загустайского аршана было дано будущим академиком В.А. Обручевым. Но задолго до этих исследований источник был известен местному населению и связан с культом хозяев местности, или, по-бурятски «эжинов». В этих верованиях переплелись шаманские и ламаистские обряды и обычаи [1]. По температуре Загустайский источник относится к холодным. Температура воды обычно не превышает +6; +8°С Минеральные воды источника характеризуются повышенным содержанием радона, оно составляет 130 эман, поэтому использовать воду для питья нецелесообразно, хотя вода используется населением как питьевая. Дебит источника составляет 400 $м^3$ в сутки. Минерализация воды до 0,13 г/$дм^3$. По химическому составу воды относятся к гидрокарбонатно-натриевым и гидрокарбонатно-натриево-кальциевым. В пределах выходов минеральных вод располагается местная здравница. Ее владельцем является местная Тохойская сельская администрация. Ежегодно здесь отдыхает порядка 80 чел., в основном из числа местного населения Селенгинского района. Путевки предоставляются администрацией сельского поселения. Курс лечения длится 10 дней. Курорт функционирует в теплое время года (с июня по август включительно). В состав курорта входят: здание столовой, три жилых домика, домик смотрителя курорта, гостиница для врачей-тибетологов и буддистских лам, ванный корпус, помещение для нагрева воды. В ванном корпусе располагается шесть ванн – три женских и три мужских. Жилые домики вмещают два по 9 и один 25 чел. соответственно. Основным методом лечения является прием ванн с подогретой до 40°С минеральной водой. Время приема ванн 10–15 мин. Наряду с принятием ванн на курорте практикуются и другие методы лечения традиционной тибетской медицины (иглоукалывание, кровопускание, лечение целебными травами).

Аршан «Хурьгад» расположен в 17 км к юго-западу села Ушхайта, в местности Хурьгад, в отрогах хребта Цагаан-Хуртэй на территории Кижингинского административного района. До

источника проложена грунтовая дорога. Источник представлен двумя каптированными выходами. Изливающиеся на поверхность минеральные воды впадают в одноименную реку. Источник издавна используется местными жителями для лечения и оздоровления. Также является местом религиозного поклонения. Источник относится к типу холодных вод. Средняя температура источников колеблется в переделах 4°С. Объем воды, изливающейся из источников, равен 100 мл/сек. Важнейшими компонентами минеральных источников Кижингинского района, в том числе и источника «Хурьгад» являются гидрокарбонаты. Они участвуют в поддержании кислотно-щелочного равновесия в организме, нормализуют моторную, секреторную функцию и желудочно-кишечного тракта. Источник «Хурьгад» также содержит ионы карбонатов, хлора, радона. Минеральная вода применяется при болезнях органов опорно-двигательного аппарата, сердечно сосудистой системы, желудочно-кишечного тракта, при гинекологических заболеваниях. Основным методом лечения является прием ванн из подогретой минеральной воды. В среднем за летний период здесь отдыхает около 20 чел., в основном это были жители сел Кижингинского района [2].

Источник Халюта расположен в 17 км северо-западнее села Иволгинск и 9 км от села Верхняя Иволга, где распложено Центральное управление буддистов России, и его центр Иволгинский дацан [3]. Выход минеральных вод расположен на правом склоне долины речки Халюты, в северо-западном обрамлении Иволгинской котловины, в отрогах хребта Хамар-Дабана. Выходы минеральных вод расположены на склоне хребта, и правом борту долины реки Халюты, вода изливается под напором из тектонического разлома. Источник каптирован двумя деревянными желобами и пользуется большой популярностью среди местных жителей, называющих воду «серебряной». Преобладающая температура воды в аршане в летнее время 2–3°С. Количество воды, изливающейся из источников – 10 л/с. Источник характеризуется гидрокарбонатным магниево-кальциевым составом с минерализацией 270 мг/дм^{3}, обращает внимание высокое содержание в водах стронция, (до 20 мг/дм$^{3.}$), связанное с наличием этого металла в пределах Халютинского месторождения, расположенного выше по распадку. Территория вокруг аршана в летнее время представляет собой палаточный лагерь, пару лет назад был построен жилой домик для приема рекреантов. В среднем за

летний период количество отдыхающих колеблется от 40–50 чел. в будние дни, и до 100 чел. в воскресные. Возле желобов оборудована площадка, где отдыхающие могут отдохнуть после процедур или дождаться своей очереди для их приема. Курс лечения продолжается три дня, за это время отдыхающие принимают ванны в виде бьющей под напором струи воды. Несомненно, что холодные радиоактивные воды оказывают воздействие на состояние здоровья приезжающих на аршан людей.

Таким образом, проанализировав ландшафтно-геоэкологические особенности минеральных холодных источников Селенгинского среднегорья, мы пришли к определенным выводам, на основе которых разработали табл. 1.

Табл. 1. – Черты сходства и различия минеральных источников Селенгинского среднегорья

Черты сходства	Черты различий
1. Географическое положение в регионе Селенгинского среднегорья	1. Степень освоенности
2. Тип воды – радоновый	2. Наличие инфраструктуры на источнике «Аксуурга»
3. Температура – холодные источники	3. Удаленность от населенных пунктов, «Аксуурга» – 3км, «Хурьгад» – 18км, «Халюта» – 8,5 км.
4. Наличие антропогенного в пределах округов санитарной охраны месторождений	4. Различное количество рекреантов
5. Способы лечения – традиции тибетской и бурятской народной медицины	5. Статус охраны – «Аксуурга» и «Халюта» является памятником природы.

Таким образом, разнообразие минеральных вод исследуемой территории, определяет еще более широкого использования «аршанов» Селенгинского среднегорья для лечения и оздоровления населения нашей республики.

Список использованных источников

1. *Бабиков В.А.* Геоэкологические особенности использования бальнеологических ресурсов юга Западного Забайкалья. Автореф. … канд. геогр. наук. Улан-Удэ, 2003.

2. *Бабиков В.А., Дмитриева Т.И.* Рекреационные возможности юга Западного Забайкалья / Структура, функционирование и охрана природной среды. Ч.2. Улан-Удэ, 2007.

3. *Хахинов В.В.* и др. Минеральные источники южной Бурятии. Улан-Удэ, 2009.

З.А. Бекух, З.П. Щеглова, И.А. Говоруцкая

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРИМОРСКО-АХТАРСКОГО РАЙОНА

Кубанский государственный университет

Summary*:* The paper discusses the recreational resources, affecting the development of tourism in Primorsko-Ahtarsk area. Were affected the problem of optimization of the recreational system under study recreational zone.

Keywords: tourism, recreation area, the resort.

Краснодарский край обладает разнообразными рекреационными ресурсами, использование которых позволяет обеспечивать отдых и оздоровление населения. Одной из привлекательных для рекреантов территорий является Приморско-Ахтарская рекреационная зона, которая располагается на берегу Азовского моря. Развитие здесь туризма и санаторно-курортного отдыха обусловлено мягким климатом, обширными пляжами, отсутствием крупных промышленных предприятий, загрязняющих атмосферный воздух, наличием условий для развития серфинга, рыбалки, водной охоты, грязелечения и др. В Приморско-Ахтарском районе возможно развитие таких видов отдыха как:

- лечебно-оздоровительный туризм;
- историко-культурный туризм, этнотуризм;
- спортивный туризм;
- пляжный отдых;
- охотничьи и рыболовные туры.

Для развития *лечебно-оздоровительного туризма* интерес представляют лиманные грязи и минеральные воды йодо-бромного состава, которые рекомендованы специалистами для наружного

применения. Они успешно применяются в действующих лечебницах («Лотос» г. Приморско-Ахтарск, «Кирпили» х. Садки). Йодо-бромная пластовая минеральная вода может быть добыта в любой точке района, а дебет минеральной воды разведанной скважины составляют 52,2 $м^3$ в сутки. Запасы грязи находятся от х. Садки к Бейсугскому лиману, до Ханского озера Ейского района и дают возможность эксплуатировать их на протяжении нескольких сотен лет. На территории Приморско-Ахтарского района находится 15 глубоких скважин [3].

Сложные геологические, биологические, гидрохимические процессы формируют иловую сероводородную грязь, обладающую лечебными свойствами. В настоящее время азовские иловые сероводородные грязи используются не только грязелечебницами Приазовья, но и на курортах Кавказа и Крыма. По физическим свойствам грязи лиманов отвечают основным требованиям, предъявляемым к лечебным грязям [3].

Богатое историческое наследие в сочетании неповторимым переплетением различных культур создает условия для развития *историко-культурного туризма*. Так в Приморско-Ахтарском районе возможно посещение городищ в районе пос. Степное (в 2,7 км к северо-западу от поселка) на правом берегу Кирпильского лимана. Здесь остатки развалин цитадели, окаймленные тремя рядами рвов, возле которых заметны следы валов с проходами. Раскопок на городище не велось, однако по подъемному материалу его возраст относят к IV в. до н.э. – I в. н.э.

В этом же районе в 3 км от городища Степное-1 располагается Степное-3: невысокий холм, окруженный рвом. Часть городища занята усадьбами жителей села. Вокруг Кирпильского лимана насчитывается до двух десятков таких городищ-поселений, переставших существовать в пределах I в. н.э., о чем свидетельствуют находки обломков керамики. Познавательный интерес представляет история развития и заселения самого города Приморско-Ахтарска и окрестных казачьих станиц, хуторов, поселков «не казачьего» происхождения [1].

На территории Приморско-Ахтарского района имеются музеи, самые большие это «Историко-краеведческий музей» Приморско-Ахтарского городского поселения и «Музей станицы Бриньковской имени Г.Я. Бахчиванджи». Экспозиции музеев состоят из казачьей и купеческой истории, археологии, военных предметов, сельско-

хозяйственной техники и блока, посвященного выдающимся историческим личностям района. В музеях района имеются уникальные экспонаты, а именно: меотская сероглинная посуда, амфоры II четверти I века н.э., византийская амфора XIV–XV вв. н.э.

В Приморско-Ахтарском районе в последние годы очень интенсивно развивается *спортивный туризм*, который включает в себя виндсерфинг и парусный спорт. Виндсерфинг появился в Приморско-Ахтарске в конце 1990-х гг. и быстро приобрел популярность. Сейчас этим видом спорта занимаются официально более 1 тыс. чел. С 2003 г. действует станция виндсерфинга и парусного спорта «АхтариSurf», которая оказывает услуги проката оборудования и обучения. В районе проводится ежегодный фестиваль Юга России по виндсерфингу.

Кроме того в городе работает яхт-клуб, который предлагает для групп детей из близлежащих лагерей возможность пройти обучение и попробовать себя в управлении парусной лодкой. В дальнейшем возможна организация туристических маршрутов вдоль побережья.

Наличие в районе неглубокого моря с длинными отмелями привлекает туристов для *пляжного отдыха*. В городе есть только один центральный пляж, но зато он очень большой (длина береговой линии почти 1 км ширина пляжа – 30 м). Так же вдоль берега Ясенского залива находятся замечательные пустынные пляжи, на территории которых массово развивается кемпинговый отдых. Летний отдых пока организован слабо. Это, прежде всего, неорганизованный отдых на море с предоставлением проката плавсредств и другого оборудования.

В Приморско-Ахтарском районе имеются богатые рыбой лиманы и плавни, обширные охотничьи угодья, которые позволяют развиваться *охотничьему и рыболовному туризму*. В лиманах и плавнях обитают такие виды рыб как судак, щука, тарань, толстолобик, сом, окунь и др. Важными представителями фауны для охотников являются кабан, фазан, утка-нырок, гусь и др.

Приморско-Ахтарский охотучасток на своих 72,5 тыс. га охотничьих угодий может принять до 300 охотников. За сезон охоты он может обслуживать свыше тысячи охотников с размещением на кордонах и в охотничьих домиках. Новые организаторы рекреационного бизнеса строят домики охотников и рыбаков, развивают тесные связи с организациями охраны рыбных богатств, охотоведами и т.д., используя охотоведов, егерей в качестве

проводников и инструкторов по организации коллективной и индивидуальной охоты. Охотничьи базы располагаются на Ачуевской косе и берегах Пальчикового лимана [1]. В городе летом проводится ежегодный фестиваль «Сезон охоты», куда съезжаются сотни охотников.

Освоение рекреационных ресурсов требует дополнительных и немалых капиталовложений. С целью привлечения рекреантов создаются на морской набережной города благоустроенные гостиницы, а так же развлекательный центр и предприятия сервисного обслуживания зоны водных аттракционов. На сегодня в районе услуги по проживанию оказывают частные предприятия. В районе имеется развитая транспортная сеть с качественным покрытием, ежедневно курсирует между населенными пунктами общественный транспорт. В городе достаточно развита пищевая промышленность, продукция которой способна обеспечить в полной мере рекреантов продуктами питания.

Нужно учитывать, что в основном, рассмотренные рекреационные ресурсы Приморско-Ахтарского района являются возобновляемыми, но при нерациональном использовании они могут превратиться в невозобновляемые. Поэтому, при развитии рекреационной системы в Приморско-Ахтарском районе необходимо соблюдать принципы рационального природопользования:

1. переход на наукоемкие, малоотходные, ресурсосберегающие технологии в промышленности;
2. изменение системы водопользования путем перестройки структуры народного хозяйства с целью перехода на производства и технологии с малым водопотреблением;
3. прекращение сброса ядовитых загрязнений, сельского хозяйства и коммунального хозяйства в водоемы, атмосферу и почву;
4. утилизация бытовых и сельскохозяйственных отходов, а также включение их в природные процессы кругооборота веществ в биосфере.

Список использованных источников

1. *Гужин Г.С., Беликов М.Ю., Краснова Н.В.* Контактная зона «суша-море». Восточное Приазовье. Ч.I. Приморско-Ахтарский район. Краснодар, 2007.

2. *Литвинов А.Е., Бекух З.А.* Оптимизация рекреационного использования водных объектов горно-предгорной части Краснодарского края. / Изв. Самарского научн. центра РАН. Т.13(39). №1(6). Самара, 2011.
3. *Сионова С.А.* В краю цветущего лотоса. 2001.

С.П. Борисевич, Я.А. Ашкинадзе

ДЕСТИНАЦИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬННОГО ТУРИЗМА ГОРОДА-КУРОРТА АНАПА

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: This article analyzes the current state and prospects of development of health tourism destination of Anapa.

Keywords: destination, resort town of Anapa, health tourism, recreation.

Туристская дестинация в широком смысле – центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов.

Забота о здоровье, повышение жизненной активности стали неотъемлемой частью современной системы ценностей, вошло в моду гармоничное развитие личности. Это подкрепляется экономической заинтересованностью работодателей, которым требуется физически здоровая рабочая сила. По оценкам Всемирной туристской организации, лечение и оздоровление относятся к числу важнейших туристских мотиваций.

На 4-й Московский конгресс по медицинскому и оздоровительному туризму (*МНТС 2014*) состоявшемся в 2014 г. отмечалась важность развития этого вида туризма для современного общества и подчеркивалась необходимость проведения широкомасштабных исследований рынка отдыха и лечения, разработки и внедрения стандартов курортного обслуживания.

Следует отметить, что Российская Федерация обладает значительным потенциалом для развития оздоровительного туризма, который определяется в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–

2018 гг.)» (ФЦП) как один из перспективных видов туризма для развития в Российской Федерации. Ежегодно около 3,22 млн. россиян выезжают за границу с целью оздоровления и лечения. Неудивительно, что многие зарубежные операторы изъявляют желание сделать Россию своим основным рынком. В свою очередь, наш природно-ресурсный потенциал может привлечь в нашу страну порядка 2,5 млн. иностранных туристов ежегодно и оттянуть на внутренний рынок тех россиян, которые ранее предпочитали отдыхать за границей. В условиях экономических трудностей и скачков валюты, это весьма существенное направление деятельности туроператоров России.

Преобладающим типом дестинаций (центров) оздоровительного туризма являются курорты различного типа (морские, горноклиматические, бальнеологические и др.). По своему типу Анапа является бальнеогрязевым приморским предгорным курортом средиземноморского типа в западной части Черноморского побережья Кавказа.

Федеральная курортная территория детского и семейного отдыха г-к Анапа, протянувшаяся вдоль берега моря более чем на 80 км, включает в себя курортные поселки, давно уже слившиеся в единый комплекс. В 2006 г. на 59-м конгрессе Всемирной ассоциации водолечения и климатолечения в Андорре, за выдающиеся заслуги в сфере медицинского обслуживания городу-курорту Анапа единодушно было присвоено звание «Лучший курорт мира – 2006».

Курорт Анапа является крупнейшей рекреационной дестинацией России. По итогам курортного сезона 2014 г. на долю Анапы приходится в среднем порядка 6–7% потоков внутреннего туризма России и порядка 12% туристских потоков Краснодарского края. В пошлом курортном сезоне официально зарегистрировано 4 млн. 138 тысяч отдыхающих, а включая неорганизованный сектор, Анапу посетило более 5,5 млн. отдыхающих.

Популярность курорта Анапа связана с уникальными климатическими условиями: количество солнечных дней в году – одно из наибольших среди курортов Причерноморья; целебный климат объединяющий средиземноморский и предгорно-степной; огромные территории пляжей (40 км – песчаные, 10 км – галечные); бухта защищена от штормов; комфортные условия для самых маленьких деток (мелководье, песчаное дно, теплая вода); самый чистый регион Причерноморья; целебные грязи (сероводородные) и

сопочные грязи вулканов; подземные минеральные источники (4 вида); длительный (летний) период (около 200 дней).

В Анапе реализуются основные цели лечебно-оздоравительного туризма: отдых, рекреация (восстановление), оздоровление, лечение. Рекреационными ресурсами курорта являются: климатотерапия (лечение с помощью благоприятного климата), бальнеотерапия (лечение минеральными водами), пелоидотерапия (лечение грязями), талассотерапия (морская вода), айротерапия (горный воздух), фтотерапия (микроклимат сообщество растений).

Основной природный фактор рекреации – море. *Морская вода* с минерализацией 17,6 г/л используется в виде морских купаний, морских ванн, в бассейнах и для других бальнеопроцедур. В пределах города насчитывается 106 пляжа, оборудовано 98 спортивных и игровых площадок. Анапское мелководье с плотным песчаным дном позволяет купаться детям, едва научившимся ходить. Пляжи Анапы обрамлены дюнами, высота которых иногда достигает 15 м. Дюны создают в зоне пляжей своеобразный экзотический рельеф. Песок состоит из кварца и полевых шпатов, сам по себе обладает уникальными лечебными свойствами. Сочетание взморья, степной, предгорной и горной местности формирует своеобразный колоритный ландшафт и особый микроклимат в курортной зоне.

Наряду с морскими и климатическими ресурсами, основным природным фактором рекреации являются минеральные воды. В кадастр минеральных вод страны включены месторождения Семигорское, Раевское, Анапское, Бимлюкское, Цибанобалкинское, Джеметинское. На территории курорта работают 5 общедоступных питьевых бюветов с анапскими минеральными водами. Собственные питьевые бюветы функционируют на территориях 11 здравниц.

Санаторно-курортный комплекс города представлен 578 объектов санаторно-курортного и туристского комплекса. В их числе: 34 санаториями (из них 29 круглогодичных), 48 пансионатов с лечением (из них 17 круглогодичных); 46 баз отдыха; 35 детских лагерей (18 круглогодичных и 19 с лечением); 415 гостиниц и отелей (из них 203 круглогодичных); 7 автокемпингов; 25 туристско-экскурсионных фирм. В 2014 г. на территории Анапы работали 67 предприятий санаторно-курортного комплекса, оказывающих услуги бальнеолечения (27 отделений) и грязелечения (38 отделений). Анапские предприятия санаторно-курортного комплекса в сезоне 2014 г. были загружены в среднем на 93,1%.

В целом емкость курорта в этом году составила около 200 тыс. койко-мест. Но это не предел. Анапа уникальна еще и тем, что имеет, в отличие от г. Сочи и г. Геленджика, возможность значительно расширить емкость курорта за счет строительства новых мест отдыха. Уже сейчас вводятся или завершают строительство объекты на 15–20 тыс. койко-мест. Кроме того, почти 60% отдыхающих традиционно принимает частный сектор. За счет расширения его возможностей частник уже сейчас готов принять более 3 млн отдыхающих. Значительная часть отдыхающих проживающих в частном секторе пользуются оздоровительными процедурами разового характера или курсовками. Только уникальный лечебно-диагностический центр «ДиЛуч» (не имеющий аналогов в России и ближнем зарубежье) рассчитан на 5200 посещений в день. Это весьма существенный источник дохода городской казны.

Программы курортно-оздоровительных туров разнообразны. Особой популярностью пользуются лечебные туры: «Анти-стрессовый», «Здоровые глаза», «Косметологический», «Эндо-экологический», «Брак и семья», «Легкая походка», «Чистая кровь», «Свободное дыхание».

На МНТС-2014 в центре экспозиции оказалась презентация *Dubai Healthcare City* – не просто кластера, а своего рода города в городе, первой свободной медицинской зоны в мире, объединяющей возможности медицинского обслуживания, образования медработников и проведения медицинских исследований. Но чем хуже Анапа. У нас есть все возможности для привлечения как российских так и иностранных туристов, предложения им оздоровительных туров мирового уровня.

Таким образом, рекреационный потенциал курорта Анапа для развития оздоровительного туризма в настоящее время используется не в полной мере, но имеет весьма радужные перспективы. Это позволяет сделать вывод о том, что одним из наиболее перспективных видов туризма на курорте является оздоровительный туризм, в том числе детский, развитие которого будет базироваться как на сложившейся курортной инфраструктуре, так и на базе вновь созданной туристско-рекреационной и общекурортной инфраструктуре.

Д.О. Брылёва, А.Г. Максименко

АНАЛИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ АКТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: This article provides an analysis of the most popular types of active and adventure tourism in Russia. Given definition of active tourism and characterized by popular forms of active, adventure, extreme stages.

Keywords: active tourism, adventure tourism.

Активные виды туризма в России могут стать одними из основных видов туристской деятельности, а в ряде регионов и заложить основу для устойчивого развития экономики. Отдых на природе в сочетании с получением знаний в области истории и географии страны дает возможность путешественникам, уставшим от воздействия техногенной среды, восстановить не только защитные функции организма, но и в целом – гармонию в своем мироощущении; является перспективным направлением в рациональном природопользовании, сохранении культуры, образовании, воспитании и формировании эколого-нравственного мировоззрения.

Активным туризмом называют форму путешествий по маршрутам невысоких (до III) категорий сложности, преимущественно в слабоизмененной природной среде, с использованием активных способов передвижения [7]. Активный туризм является природоориентированым видом туризма.

По содержанию этот вид туризма основывается на маршрутах неклассифицированных (I–II категорий сложности) и не дает права его участникам получать спортивные разряды и звания. В основном маршруты активного туризма имеют незначительную протяженность и продолжительность, меньшую, чем установлены для походов, предназначенных для спортивного туризма [8].

По способу передвижения активный туризм, как и другие виды туризма, дифференцирован на пешеходный, лыжный, водный, велосипедный, горный, конный, авто- и мототуризм и спелеотуризм. В связи с тем, что достижение спортивных результатов не является главной целью активного туризма, он может быть более массовым,

доступным для широкой общественности [4]. Сущность данного вида туризма заключается в том, что путешествующие сами ставят цель и определяют в соответствии с нею задачи того или иного похода. В эти задачи могут входить и прохождение запланированного маршрута, где встречаются препятствия различной сложности, и пути их преодоления к определенным природным объектам туристского интереса [8].

При этом маршруты активного туризма должны соответствовать следующим критериям: район путешествия должен быть доступным (существующая транспортная сеть должна обеспечивать быстрое, надежное его достижение); маршрут должен быть коротким, интересным (разнообразным) и достаточно простым [5].

И в этом случае необходимо подчеркнуть, что Россия имеет богатый потенциал для развития активного туризма. Этому в большей мере способствуют протяженность территории, районы с низкой плотностью населения, многообразие ландшафтов и климатических зон, обилие природных заповедников и историко-культурных достопримечательностей.

С ростом интереса к активным видам туризма, увеличивается и количество коммерческих групп. У клиентов все больше шансов отправиться в поход или на сплав с неквалифицированным инструктором, что в условиях природной среды становится потенциальной угрозой. Специалисты предлагают ввести обязательные личные лицензии инструктора, основными условиями получения которых, должны быть освоенные маршруты, умения по оказанию первой медицинской помощи, знания по выживанию в экстремальных условиях, психологические методики управления туристской группой [6].

Исследования ученых показывают, что в последние годы приоритет среди россиян, наряду с рекреацией и оздоровлением, имеют активные виды туризма. Оптимизируется работа инструкторов, контролирующих обстановку на маршрутах следования и обеспечивающих тем самым необходимую безопасность, отлаживается их взаимодействие и обмен информацией с подразделениями МЧС. Туристские фирмы имеют возможность приобрести специальное снаряжение, оборудование и средства связи, позволяющие приобщить к активному туризму людей, не обладающих специальными знаниями и достаточным опытом для организации самостоятельных путешествий.

Наиболее успешно в России развивается лыжный туризм. Зона его распространения – это Центральная Россия, Русская равнина, Ленинградская область, Карелия, Архангельская область, Тиманский кряж, Хибины, Южный, Средний и Северный Урал, Приполярный и Полярный Урал. Данный вид туризма модернизируется в последние годы наиболее интенсивно: лыжные туры, организуемые туристическими фирмами, проходят в сопровождении снегоходов, прокладывающих лыжню и перевозящих багаж и снаряжение, в котором может находиться теплая палатка с печкой.

Не уступает в динамичности развития лыжному и водный турим. Пользуется спросом у населения организация путешествий на парусных и гребных судах по рекам, озерам, морям и водохранилищам. Все большую популярность на территории страны набирает рафтинг. Основными центрами проведения рафтинг-туров являются Северный Кавказ, Карелия и Алтай. Существуют интересные маршруты по рекам Кольского полуострова, Якутии, Восточной Сибири, Дальнего Востока, программа которых позволяет не только поработать веслами, но и познакомиться с красотой диких и заповедных районов нашей страны. Растущая популярность сплавов по бурной воде вызвала в России появление туров для каякеров в Карелии.

Одним из самых экологичных и полезных для здоровья видов туризма является велотуризм. Путешествия на велосипедах по равнинной и пересеченной местности, горным тропам привлекают не только ощущением скорости, свободы, но и познавательными экскурсиями и возможностью полноценного отдыха на природе. У велотуризма в России огромное будущее. В последнее время в немалой степени этому способствует популярность велосипеда как экономичного, довольно быстрого средства передвижения, возможность его повсеместного использования как дружественного природе транспорта, а также средства передвижения при проведении модных в настоящее время экологических туров. Для велотуристов налажены маршруты в Центральной России и в Поволжье, на Урале (преимущественно Южном), в предгорьях Кавказа, в Байкальском регионе.

В России постепенно набирают популярность и другие виды туризма с активными способами передвижения – джип-туры и сафари на снегоходах и квадроциклах. Отдых в движении имеет ряд несомненных преимуществ, к числу которых можно отнести:

путешествие небольшой компанией на значительные расстояния, отсутствие изматывающей физической нагрузки и необходимости нести на себе тяжелый багаж. При организации джип-туров атмосфера странствий и приключений и даже азарт являются неотъемлемыми атрибутами независимо оттого, основан ли джип-тур на созерцании красивых видов, или это трофи-рейд, включающий строительство переправ через реки и вытягивание машин из грязи. Активно джипинг развивается в Краснодарском крае, в Карелии, налажены джип-туры в Центральной России, на Алтае и Байкале.

Потенциал развития сафари на снегоходах в России огромен. В северных регионах России снежные сафари могли бы серьезно разнообразить традиционные программы отдыха и привлечь значительное количество российских и иностранных туристов. В настоящее время наибольшее количество путешествий на снегоходах проводится на северо-западе России, разработан ряд маршрутов в Центральной России и Сибири.

Кроме названных выше, сафари, туров с целью рыбалки и охоты, поездок на джипах по труднопроходимым и труднодоступным местностям, к активным видам туризма относят приключенческие туры, включающие посещение экзотических мест, водопадов, островов, вулканов; туры на места катастроф и экстремальных ситуаций [3]. Активный приключенческий туризм, связанный с организацией нестандартных туров в неожиданные, экзотические и экологически чистые уголки природы, заповедники, с использованием нетрадиционных средств передвижения по местности – это будущее в развитии внутреннего туризма, особенно в условиях современных мировых трансформаций.

Список использованных источников

1. *Комаревцева Н.А., Рыживолова Э.А., Максименко А.Г.* Занятость населения в туристско-рекреационной сфере / География: история, перспективы, современность. Краснодар, 2012.

2. *Королев А.Ю., Мулюкина Н.В.* Профилактика несчастных случаев в активном туризме / География и туризм. 2012.

3. *Кугушева А.Н.* Теоретические аспекты активного туризма / Сервис в России и за рубежом. М., 2012.

4. *Максименко А.Г.* Вопросы организации специальных видов туризма (на примере спортивного туризма) / Географические исследования Краснодарского края. Вып. 7. Краснодар. 2012.

5. *Максименко А.Г., Медведева Е.П.* Формирование и продвижение экстремальных туров / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2013.

6. *Миненкова В.В., Максименко А.Г.* Исторические аспекты применения различных методик расчета качественного и количественного состава персонала предприятий индустрии гостеприимства / Форсайт санаторно-курортной и туристской сферы. Краснодар, 2012.

7. *Мышлявцева С.Э.* Туристское районирование для целей активного туризма в регионах Урала / География и туризм. 2006.

8. *Старостенко К.В.* Развитие активного туризма в России: проблемы и перспективы / Среднерусский вестник общественных наук. Экономика и управление. 2011. №2.

О.В. Букарева, И.Л. Локтионова

БИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ САНАТОРИЯ «ЛЕСНАЯ СКАЗКА» МАЙКОПСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The result of this work was installed taxonomic composition and life forms of ornamental plants of the Park of sanatorium «Lesnaya Skazka». Identified ecological-biological peculiarities of the studied plants and geographical origin of the studied species. Compiled prospects most flowering flowering species, suggests a range of plants to create flowerbeds continuous flowering.

Key words: ornamental plants, ecological-biological peculiarities, geographical origin, phenology, flowerbed continuous flowering.

Санаторий «Лесная Сказка» Майкопского района основан в 1985 г., является многопрофильным лечебно-профилактическим учреждением и предназначен для круглогодичного приёма на отдых и лечение сотрудников, пенсионеров таможенных органов и членов их

семей. Основной задачей санатория является создание максимально комфортных условий для лечения и отдыха гостей, сделать их пребывание особенно приятным и незабываемым [2].

Анализ биологического потенциала территории позволяет установить возможность удовлетворить эти потребности. Исследования проводились на территории санатория, площадь которого составляет почти 3,8 га. Территорию санатория украшает тенистый парк с водоёмом и сказочными скульптурами. В целях озеленения на территории были произведены посадки из ореха грецкого, калины обыкновенной, были заложены аллеи из туи, можжевельника, сосны и др. Созданы бордюры из кустарников самшита вечнозелёного, бирючины обыкновенной.

Объектом исследований являлись декоративные растения, используемые для озеленения территории санатория. В результате проведённых исследований установлен систематический список декоративных растений санатория «Лесная Сказка», представленный 43 видами, 8 формами, 2 сортами и 5 гибридами из 42 родов, объединённых в 26 семейств. Из них 24 вида, 7 форм и 1 гибрид являются деревьями; 10 видов, 1 форма и 4 гибрида – кустарниками; 7 видов и 2 сорта – травянистыми растениями и 2 вида лиан.

Из вечнозелёных деревьев в санатории произрастают туя складчатая, ель обыкновенная, ель колючая, ель колючая форма «Голубая», кипарисовик Лавсона форма «Алюмиголд», кипарисовик Лавсона форма «Глобоза», пихта Нордманна, лавровишня лекарственная, сосна Гриффита, сосна крючковатая, туя западная форма «Смарагд», туя западная форма «Шаровидная», можжевельник обыкновенный форма «Стрикта», плосковеточник восточный форма «Зибольда». Из кустарников на территории санатория произрастают самшит вечнозеленый, магония падуболистная, можжевельник казацкий форма «Тамариксолистный», из лиан – плющ обыкновенный и плющ колхидский. Остальные растения являются листопадными: берёза поникшая, катальпа бигнониевидная, чубушник кавказский, орех грецкий, клён полевой, роза × гибридная «София Лорен» и др.

В данном санатории кроме видов, произрастающих в естественных условиях, отмечены формы, искусственно выведенные человеком: ель колючая форма голубая, роза × крупноцветковая «Королева Елизавета», роза × гибридная «Акито», роза × гибридная «Керио», роза × гибридная «София Лорен», магнолия × Суланжа,

георгина × культурная «Вулкан», георгина × культурная «Теремок». Из кипарисовых – кипарисовик Лавсона форма «Алюмиголд», кипарисовик Лавсона форма «Глобоза», можжевельник обыкновенный форма «Стрикта», можжевельник казацкий форма «Тамарисколистый», туя западная «Смарагд», туя западная «Шаровидная», плосковеточник восточный форма «Зибольда».

Географическое происхождение декоративной флоры санатория устанавливалось по А.Л. Тахтаджяну [3]. Географический анализ исследуемой флоры показал, что к Голарктическому царству относится 40 видов, что составляет 93,0% от общего числа видов, к Неотропическому царству относится 2 вида (4,7%), к Палеотропическому царству относится всего 1 вид (2,3%). К Циркумбореальной области относится 18 видов (41,8% от общего числа видов), к Восточноазиатской − 8 видов (18,6%), к Атлантическо-Североамериканской − 5 видов (11,7%). В меньшем количестве виды представлены в Средиземноморской − 4 вида (9,4%), Ирано-Туранской − 3 вида (6,9%), Карибской и Области скалистых гор по 2 вида (по 4,6%). Судано-Замбезийская область представлена одним видом (2,4%).

Для выявления эколого-биологических свойств декоративной флоры санатория проводилась оценка зимостойкости и засухоустойчивости древесных и кустарниковых растений [1]. В результате проведённых исследований выявлено, что в данном санатории высший балл зимостойкости 5 имеют 72,9% исследуемых декоративных растений, балл 4 получили 22,9%, балл 3 − 4,2% декоративных растений санатория. Наибольшую засухоустойчивость (балл 5) имеют 70,8%, балл 4 имеют 22,9%, балл 3 получили 6,3% декоративных растений санатория.

Наличие превалирующего большинства растений с высшими баллами зимостойкости и засухоустойчивости свидетельствует о высоком адаптивном и биологическом потенциале исследуемой флоры. В данном санатории древесные растения не поливаются искусственно, поэтому для посадки изначально были выбраны засухоустойчивые сорта и формы деревьев и кустарников, не требующих дополнительной поливки.

Фенологические наблюдения были проведены за наиболее красивоцветущими растениями: 7 видов и 1 гибрид деревьев, 7 видов и 2 гибрида кустарников, 2 вида трав.

Самый продолжительный период цветения отмечен у *Rosa* × *hybrid* tea hort. cv. Sophia Loren. − 22 недели, у *Rosa* × *grandiflora* hort. cv. Queen Elizabeth − 21 неделя, *Buddleia davidii* Franch. − 18 недель. Самый короткий период цветения (1 неделя) отмечен у *Laurocerasus officinalis* M. Roem., *Pyrus communis* L., *Cydonia oblonga* Mill. К раннецветущим относится *Magnolia* × *soulangeana* Soul.-Bod., *Mahonia aquifolium* (Pursh) Nutt., начинающие цветение в третьей декаде марта. К поздноцветущим – *Aster dumosus* L. − вторая декада августа.

Для увеличения эстетических возможностей и рекреационного потенциала исследуемой территории из декоративных красивоцветущих растений санатория рекомендуем составить композицию (клумбу) непрерывного цветения. Для этого можно использовать следующие растения, произрастающие на территории санатория: *Magnolia* × *soulangeana* Soul.-Bod., *Mahonia aquifolium* (Pursh) Nutt., *Hibiscus syriacus* L., *Buddleja davidii* Franch., *Syringa vulgaris* L., *Deutzia scabra* Thunb., *Rosa* × hybrid tea hort. Sophia Loren.

К вышеуказанным растениям рекомендуется добавить декоративные растения, не произрастающие на территории санатория: *Weigela florida* (Bunge) A.D.C., *Forsythia* × *intermedia* Zabel. cv. Spectabilis, *Chaenomeles* × *superba* (Frahm) Rehd., *Spiraea* × *arguta* Zabel., *Spiraea japonica* L. fil.

Список использованных источников

1. *Дохоян Р.Х., Букарева О.В., Ендовицкая Л.В.* Засухоустойчивость и зимостойкость деревьев и кустарников парка им. 50-летия Октября города Армавира / Субтропическое и декоративное садоводство. Вып. 52. Сочи, 2015.

2. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Куделя Е.В., Салеева Т.В.* Исследование удовлетворённости туристов организацией отдыха на курортах Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

3. *Тахтаджян А.А.* Флористические области Земли. Л., 1978.

Е.В. Буссель

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма

Summary: Republic Of The Krim has a great attraction for tourists, which leads to a unique complex of tourist-recreational resources. Republic Of The Krim is very promising in the development of tourism, only needed government support in the legislative direction.

Keywords: Republic Of The Krim, tourist-recreational resources, development of tourism

Ни один туристический регион не вызывает сейчас столько споров, как Республика Крым, которая вместе с г. Севастополь вошла в состав России.

Для развития туризма в Крыму существуют объективные предпосылки – открытость для массового туризма, большой природный и культурный потенциал, привлекательный и перспективный рынок.

Крымский полуостров уникален по своим природным ресурсам. Туристско-рекреационный потенциал Крымского полуострова включает свыше 3000 наименований туристских объектов природного и антропогенного характера сосредоточенных на 54% территории южнобережной зоны, 18% центральной зоны (г. Симферополь, Бахчисарайский и Белогорский районы), 10% северной (Джанкой, Красногвардейский, Красноперекопский, Раздольненский, Первомайский и Нижнегорский районы) и восточной (Ленинский, Кировский и Советский районы) зон, 8% западной зоны (Сакский и Черноморских районы).

Территория Крыма расположена на широте южной Франции и северной Италии. На севере полуостров соединяется с материком узким Перекопским перешейком. С запада и юга Крым омывают воды Черного моря, с востока и северо-востока полуостров омывается Азовским морем с Казантипским, Арабатским и Сивашским заливами, Керченский пролив отделяет полуостров от Краснодарского края – главного конкурента Крыма в туристской

отрасли РФ. Общая протяженность береговой линии Крыма – более 2000 км.

Автономная Республика Крым вошла в состав Российской Федерации в 2014 г. Республиканский центр – Симферополь. Административное деление – 14 районов и 18 городов. Крупнейшие из них: Симферополь, Севастополь, Ялта, Алушта, Евпатория, Керчь, Феодосия, Судак, Бахчисарай, Джанкой, Саки.

Условно Крым можно разделить на три курортные зоны: Южный берег Крыма – от Фароса до Алушты, курортная зона Юго-Восточного побережья – от Алушты до Феодосии, западная курортная зона – от Севастополя до Тарханкута. Все курорты Крыма оздоровительно-лечебного назначения. В каждой курортной зоне находится множество санаториев, профилакториев, пансионатов и здравниц, предназначенных для лечения и оздоровления посетителей.

Кроме уникальной природы исторического и культурного наследия, в Крыму создана развлекательная инфраструктура, как для взрослых, так и для детей.

В Крыму заключены все возможности для развития туризма. Огромное количество памятников культурно-исторического наследия, свыше 11,5 тыс памятников истории, культуры и архитектуры, относящихся к различным историческим эпохам, цивилизациям, этносам и религиям, дают возможности для развития экскурсионно-познавательного туризма. Трудно отыскать такое место на земле, где бы сохранились материальные следы стольких племен и народов: тавры, скифы, сарматы, аланы, греки, готы, гунны, хазары, печенеги, половцы, русские, армяне, татары, итальянцы, турки – это неполный перечень тех, кто оставил на крымской земле свои «автографы». Изучая их, историки и археологи сделали немало открытий. При этом пристальное внимание исследователей привлекает архитектурное наследие минувших эпох.

Крым обладает всем необходимым для развития туризма. Однако, по сравнению с советским периодом, когда Крым был всесоюзной здравницей, сейчас республика потеряла свои позиции на рынке туризма. Являясь необычайно привлекательным туристским регионом, Крым испытывает проблемы в развитии туризма, характерные для всех стран постсоветского пространства. В период «Украинского владения», на развитие туризма Крымского полуострова не выделяли нужной материальной поддержки,

ухудшалась материально-техническая база, наблюдалось падение внутреннего туризма.

Разнообразный ландшафт и природно-климатические условия способствуют развитию спортивного туризма. Уникальный климат, грязи и источники Крыма позволяют развивать здесь лечебно-оздоровительный туризм. Кроме того, в Крыму получили свое развитие событийный туризм. Богатая история Крыма, огромное количество памятников культуры различных народностей позволяет организовать этнический туризм. Наличие деловых центров в сочетание с возможностью приятного отдыха дает возможность развивать деловой туризм.

На данный момент необходима полная модернизации инфраструктуры отдыха и лечения. Также, важнейшей задачей функционирования курортно-рекреационного комплекса Крыма является обеспечение условий для развития въездного туризма.

Крыму необходимы капиталовложения, размеры которых составляют сотни миллионов долларов, туристская отрасль стоит в этом вопросе на первом месте.

Стратегической целью является создание в Крыму качественного конкурентоспособного круглогодичного международного туристского центра, насыщенного разнообразными реальными туристическими продуктами.

Чтобы туризм стал развитым сектором региональной экономики, необходимо использовать, совершенствовать и применять принципы саморегулирования. Государство при этом будет играть роль регулятора по созданию условий развития.

Осуществление туристско-рекреационной деятельности зависит, главным образом, от готовности к тому, чтобы служить основой для коммерческих сделок, способных принести реальные доходы. Для получения ожидаемого и приемлемого результата следует решить ряд организационных, управленческих и экономических проблем.

Список использованных источников

1. *Нестеров В.Н.* Как обустроить Крым // Курорты и туризм. 2004. №2.

2. Остров Крым // Туризм, 2003. №7.

3. Республика Крым. Путеводитель. М., 2000.

Д. С. Веселов, С.А. Русак

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Филиал в г. Краснодаре

Summary: Socio-political and economic processes taking place in Russia in 2014, as well as the development of international geopolitical tensions in the near future will radically change the Russian tourist market. The scale of outbound tourism fell sharply, leading to a redirection of tourist flows on domestic flights, and first of all the resorts of the Krasnodar Territory.

Keywords: outbound tourism, resorts Krasnodar Territory, tourist arrivals, economic growth, devaluation.

Начало XXI в. в России было ознаменовано небывалым экономическим подъемом. В период с 2000 по 2008 гг. среднегодовые темпы роста ВВП страны колебались в пределах от 5 до 8,5%. В 2009 г. был отмечен спад ВВП на уровне 7,9%, но уже в следующем году экономика РФ начала восстанавливаться. С 2010 по 2014 гг. темпы экономического роста были хоть и несколько более скромными, но, тем не менее, находились в положительной зоне [2].

Однако, 2015 г. окажется, скорее всего, одним из наименее благоприятных как в социально-экономическом, так и в политическом плане за последние 15 лет. Согласно прогнозу Минэкономразвития, ВВП России в 2015 г. снизится на 3%, инфляция составит 12,2%, а инвестиции в основной капитал сократятся на 13,3%. Однако, есть основания предполагать, что реальные показатели окажутся существенно хуже прогноза. Так, большая часть экспертов прогнозирует, что ВВП России может снизиться на 7%, инфляция превысит 17%, а инвестиции сократятся на 19% [3].

В подобных условиях подавляющее число отраслей экономики и предприятий будут находиться под серьезным давлением и демонстрировать отрицательные хозяйственные результаты.

Тем не менее, некоторые отрасли в подобных условиях, наоборот, получают шанс ускоренного развития вследствие роста спроса на их продукцию под влиянием процессов импортозамещения.

К таким отраслям, несомненно, относится сельское хозяйство и, как это не покажется странным на первый взгляд, туризм. При этом наибольшим потенциалом развития обладает туристский комплекс Краснодарского края.

Динамика туристских прибытий в Краснодарский край представлена в табл. 1.

Табл. 1 – Количество отдыхающих в Краснодарском крае, млн чел. [1]

Годы	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Число туристов	4,8	4,8	5	5,7	7,6	10,0	12,0	13,3
Годы	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Число туристов	16,0	12,0	10,55	11,1	11,3	11,8	13	

Как видно из данных, представленных в табл. 1, в период с 2000 по 2003 гг. турпоток в Краснодарский край увеличивался относительно медленными темпами. Резкий рост прибытий произошел в период с 2004 по 2008 гг., что явилось следствием роста реальных доходов населения страны, увеличения мобильности граждан. В 2009 г. произошло значительное снижение количества прибытий, на что оказал влияние в первую очередь мировой экономический кризис, спад в экономике России и сокращение доходов населения. В период с 2009 по 2013 гг. турпоток в Краснодарский край стабилизировался на уровне 11–12 млн чел.

Мы видим, что, несмотря на стабилизацию экономической ситуации, роста прибытий не произошло. На это повлиял целый ряд причин, однако, определяющим является то, что в исследуемый период времени курорты Краснодарского края стали проигрывать конкурентную борьбу зарубежным направлениям, и в первую очередь Турции и Египту (табл. 2).

Табл. 2 – Динамика выезда российских граждан за рубеж с туристскими целями, тыс. чел. [4]

Годы	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число туристов	9542	12605	14495	15332	18291	17611

Как следует из данных табл. 2, в период с 2009 по 2013 гг. выездной туристский поток из России увеличился практически в два раза. Именно этим фактом в первую очередь объясняется стагнация на туристском рынке Краснодарского края. Популярность

зарубежных курортов возросла по целому ряду причин: достаточно высокий уровень сервиса, ориентированность зарубежных курортов (в первую очередь Турции и Египта) на прием российских туристов, качественное экскурсионное сопровождение и т. д. Однако, одним из ведущих факторов, если не определяющим, явилась сравнительно низкая цена зарубежного турпродукта. Например, недельный тур в Турцию из Москвы с проживанием в отеле категории 5 звезд по системе «все включено» с учетом перелета и трансфера можно было приобрести по цене от 25 тыс. руб. на человека в высокий сезон. При этом только проживание с полным пансионом в отеле аналогичного уровня комфорта на Черноморском побережье Краснодарского края обходилось минимум в 25–28 тыс. руб. на человека. И это цена без перелета и трансфера до отеля. Понятно, что в подобных условиях отечественные туристы предпочитали более дешевый и комфортабельный отдых в Турции и Египте.

Однако, в современных условиях курорты Краснодарского края получили уникальный шанс увеличения туристского потока. На это могут оказать влияние следующие факторы:

1. Девальвация курса рубля практически в 2 раза по отношению к доллару США привела к удорожанию иностранного турпродукта на 60–80%;

2. Банкротства крупнейших российских туроператоров, ориентированных на зарубежные направления, летом 2014 г., в результате чего многие люди просто боятся выезжать за рубеж;

3. Геополитическая нестабильность в мире;

4. Прямой запрет на выезд за рубеж для определенных категорий граждан: военнослужащих, полицейских, ряда государственных чиновников и др.

Так, в феврале 2015 г. вице-президент группы компаний «Пегас Туристик» анонсировал, что к началу курортного сезона компания выйдет на туристский рынок Краснодарского края. «Пегас Туристик» готов привлечь в Сочи большое количество туристов – до 100 тыс. чел. С этой целью в компании уже разрабатывают единый туристический продукт, который будет включать в себя все необходимые услуги: авиаперелет, проживание и трансфер. Таким образом, клиентам компании будет предложена альтернатива выездному туризму.

Еще одним фактором, способствующим наращиванию туристского потока в регион, является то, что в преддверии

подготовки к Олимпиаде 2014 г. был введен в строй и реконструирован значительный объем номерного фонда г. Сочи. Емкость средств размещения увеличилась фактически в два раза. Тем не менее, приток туристов может привести к нехватке номерного фонда в пиковые месяцы: июль и август.

Следует отметить, что часть туристов может направиться в Крым, присоединенный к России в 2014 г. Однако, возможности приема здесь туристов ограничены не емкостью номерного фонда, а транспортной доступностью полуострова. Летом 2014 г. очереди на паром достигали 40 часов. Данный факт значительно снижает привлекательность отдыха на крымском побережье. Несмотря на реконструкцию переправы и строительство нового причала, данная проблема в большей или меньшей степени, скорее всего, сохранится вплоть до 2018 г., когда должен быть построен путепровод через Керченский пролив.

Таким образом, можно сделать вывод, что в 2015 г. выездной туристский поток из России значительно сократится, вплоть до 50%. При этом, по некоторым направлениям возможно падение до 80%. Это приведет к тому, что за рубеж отправятся на 7–8 млн. граждан меньше, чем в 2014 г. Значительное их количество может быть переориентировано на курорты Краснодарского края.

Список использованных источников

1. Министерство курортов и туризма Краснодарского края: URL: http://min.kurortkuban.ru/informatsiya/turbiznesu/tag/

2. Государственный комитет статитики. URL: https://gks.ru.

3. Ученые сделали экономический прогноз хуже Минэкономразвития: URL: https://news.mail.ru/politics/

4. Федеральное агентство по туризму: URL: http:// www.russiatourism.ru/contents/statistika/

Т.А. Волкова

ЭКОЛОГО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Summary: Timely geo-ecological study of the state of significant recreational areas and the definition of priority directions of development of recreational activities is a necessity. The coastal zone be the areas of greatest concentration of human activity. Unlike the plains, mountain areas are spaces with a large fractionality of different habitats. A comprehensive study of the geo-ecological conditions including the natural, socio-economic and cultural conditions of recreational activities, is a compulsory element of the formation of economic specialization.

Keywords: Recreational potential recreational use, landscapes, coastal landscapes, recreational load estimation.

Проблемы рекреационного использования природных ресурсов тесно связаны с геоэкологическими исследованиями. В их основу положено изучение современного состояния окружающей среды и оценка её изменений под влиянием хозяйственной, в том числе рекреационной деятельности. Представляется необходимым и своевременным геоэкологическое изучение состояния рекреационно значимых территорий и определение приоритетных направлений развития рекреационной деятельности [1].

Приморские зоны становятся районами наибольшей концентрации человеческой деятельности. Береговые комплексы – это сложные переходные зоны – экотоны, сформированные на границах разных сфер: суши и моря, пресных и морских вод, воды и дна, воды и атмосферы, суши и атмосферы. От свойств и состояния береговых ландшафтов зависят также важные для человека и уязвимые при антропогенном воздействиях средо- и ресурсовоспроизводящие функции ландшафтов. Особенностью береговых ландшафтов является также то, что практически по всей их территории проходят транспортные магистрали. При интенсификации нагрузки на транспортных артериях возможно катастрофическое схождение оползней, селей, развитие овражной эрозии. Наиболее сильное воздействие на береговые ландшафты оказывает курортно-рекреационное хозяйство, освоение минеральных

ресурсов и др. Туризм, с одной стороны, наносит ущерб приморскому ландшафту, с другой – развитие туризма требует проведения природоохранных мероприятий, сохранения экологического благополучия рекреационных территорий. Поэтому становятся все более актуальными проблемы охраны уникальной природы морских побережий. Качественная дифференциация территории позволяет учитывать конкретные условия, а также особенности локальных геосистем [6, 8].

Равнинные береговые ландшафты, несмотря на некоторое однообразие рельефа, довольно существенно различаются по своему природно-ресурсному и экологическому потенциалу и, соответственно, по степени и характеру освоенности. Взаимное расположение природных (условно-коренных), вторично-производных и антропогенно-модифицированных современных ландшафтов относительно друг друга свидетельствует о направлениях хозяйственного освоения природно-ресурсного потенциала территории, особенности которого предопределили трансформацию исходной системы ландшафтов [9].

Изучение туристской деятельности в прибрежных горных регионах представляет большой интерес для ученых и профессионалов туризма. В отличие от равнинных, горные территории представляют собой пространства с большой дробностью различных ареалов. Это обусловлено разнообразием, как природных условий, так и этно-социальных групп, культур и хозяйственных укладов населения этих территорий. В связи с этим возникает методическая проблема изучения и сравнения туристского освоения горных ландшафтов. Дифференциация развития туризма, прежде всего, связана с орографическими условиями и ландшафтной структурой территории. Разнообразие гипсометрических условий определяет значительную диверсификацию туристской деятельности даже в пределах относительно небольшого пространства. В пределах одного региона с различными климатическими и геоморфологическими условиями, характерны вертикальные и сезонные различия туристской деятельности. Видовое разнообразие, наличие реликтовых и эндемичных видов живых организмов требует реализации мер по охране природного разнообразия. Горные территории характеризуются повышенной степенью уязвимости природных и культурно-исторических ресурсов, что определяет необходимость мониторинга и регулирования рекреационных

нагрузок. Экономика горных территорий связана с традиционным хозяйством, а местная социально-культурная среда подвержена повышенному влиянию интенсивных отраслей хозяйства. Многие горные регионы имеют трансграничное положение, что также важно учитывать при туристском освоении.

Наиболее удачной в методическом отношении может быть последовательная схема изучения туризма, которая состоит из семи этапов:

1. оценка туристско-географического положения региона и анализ его административно-территориального деления (расположенные в пределах региона территории государств и их субъектов);
2. физико-географические особенности региона и оценка его природных туристских ресурсов;
3. политические и общественные условия развития туризма (деятельность руководства административных субъектов, общественных организаций, история туристского освоения);
4. социальные особенности территории (численность, структура занятости, расселение, урбанизация, миграция, этно-национальный состав, социальные конфликты, язык, религия, искусство, традиции, народное творчество) и культурно-историческое наследие;
5. экономика и управление туризмом (основные социально-экономические показатели туризма, сезонность, инфраструктура, органы управления);
6. пространственная структура туризма (туристские центры и маршруты);
7. основные проблемы и перспективы устойчивого развития туризма [4].

Изучение туристского освоения регионов предполагает их сравнение. Однако, уникальность некоторых туристских территорий делает это весьма проблематичным. Неоднородность рекреационного потенциала горных и равнинных территорий делает их трудносопоставимыми.

Разработкой теоретических и методологических положений геоэкологических исследований в рекреационной сфере занимались В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, Л.И. Мухина и др. Рекреационный потенциал территории понимается как совокупность природных, инженерно-технических и культурно-исторических объектов, веществ и условий, приуроченных к данной территории. В

совокупности они определяют пригодность территории для развития различных видов туризма, создают возможность для разнообразных рекреационных занятий, лечения и оздоровления. В организации отдыха природные факторы выступают и как условия, и как его ресурсы. Характеристика рекреационных ресурсов включает в себя данные о качестве природных условий, о площади (или об объеме), которую эти качества характеризуют и о длительности периода, в течение которого эти качества проявляются [5].

Существует группа естественных ресурсов, которые не принимают непосредственного участия в рекреационном процессе, но обеспечивают нормальное функционирование учреждений отдыха. Таким образом, к природным рекреационным ресурсам относят природные и природно-технические системы и явления природы (включая ее территориальное разнообразие), которые обладают комфортными свойствами для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в течение некоторого времени. При изучении природных условий рекреационных комплексов предусматриваются исследования отдельных компонентов и комплексная природно-рекреационная характеристика. Операционными единицами рекреационной оценки могут быть как природные системы в их естественных границах, так и территориальные административные образования.

Комплексное исследование геоэкологических условий, включающих природные, социально-экономические и историко-культурные условия рекреационной деятельности, – обязательный элемент формирования хозяйственной специализации любой территории. Развитие рекреационной деятельности на территории должно соотноситься с комплексом геоэкологических условий и иметь определенную социальную обусловленность. Несмотря на многолетнюю историю развития, рекреация носит зачастую неконтролируемый самодеятельный характер. С целью изучения социальных характеристик отдыхающих, их рекреационных потребностей, требований к природной среде и пространственного распределения мест отдыха целесообразно исследовать вопрос избирательности отдыхающих к природным территориальным комплексам (ПТК) и проводить социологические опрос в местах отдыха. Рекреация в данном случае – это деятельность человека, направленная на восстановление его физического и духовного

здоровья в процессе отдыха и занятий туризмом. Важнейшим объектом геоэкологической оценки территории выступает эколого-рекреационный потенциал, то есть определенный набор природных условий и ресурсов, благоприятно воздействующих на физическое и психическое состояние человека. Определяющая роль в эффективности решения данной задачи принадлежит эколого-рекреационному потенциалу территорий проведения отдыха. Экологическая составляющая указанного потенциала выражается, прежде всего, в тех его свойствах и условиях, которые оказывают непосредственное влияние на ощущения и состояние здоровья человека, определяя степень благоприятности природных условий для рекреации. Экологический потенциал может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на отдых людей. Непосредственно влияют на комфортность условий отдыха и на состояние здоровья человека многие особенности климата (температурный режим, скорость ветра и др.), температура поверхностных вод, наличие кровососущих насекомых, многие стихийные природные явления, техногенное загрязнение и др.

Другой составной частью эколого-рекреационного потенциала является совокупность природных богатств, которые используются в качестве естественных ресурсов для рекреации (минеральные воды, лечебные грязи, лес, водоем и др.) и способствуют удовлетворению жизненно важных потребностей отдыхающих.

Оценка эколого-рекреационного потенциала территории проводится по следующим критериям: физиологическому, функционально-эстетическому и геоэкологическому. Физиологический критерий оценки отражает влияние климата на организм человека. При проведении функционально-эстетической оценки эколого-рекреационного потенциала основное внимание уделяется выявлению благоприятности разных ПТК для отдыха и туризма и их эстетической привлекательности [1]. Используя методику балльной оценки, разработанную В.С. Преображенским, Л.И. Мухиной и другими исследователями, геоэкологическую экспертизу условий рекреационной деятельности в регионах следует проводить по таким показателям, как характер и степень хозяйственной освоенности территории и общее экологическое состояние территории.

Оценка эколого-рекреационного потенциала должна сопровождаться определением допустимых нагрузок на ПТК и их

рекреационной емкости. Это является необходимым условием рационального использования природных ресурсов в рекреационных целях. Допустимая рекреационная нагрузка – это та максимальная нагрузка, при которой природная территория сохраняет способность к самовосстановлению. Для ее определения используются показатели оценки интенсивности природопользования: плотность отдыхающих и рекреационная нагрузка. Плотность отдыхающих – это единовременное количество рекреантов на единицу площади. Рекреационная емкость территории – это максимальное количество людей, которые могут одновременно использовать данную территорию для отдыха, не вызывая деградации ее растительного покрова и не испытывая психологического дискомфорта [1].

Оценка рекреационной нагрузки на территорию представляет собой систематические во временном отношении комплексные и многофакторные исследования. Помимо непосредственной оценки рекреационной нагрузки на конкретные объекты с целью их сохранения и успешного функционирования, необходимо предпринимать и долгосрочные меры общего характера: совершенствование природоохранного законодательства, классификацию и инвентаризацию памятников природы, мониторинг и экологическую оценку состояния этих объектов и пр. [2].

Список использованных источников

1. *Аниськин В.О.* Геоэкологические условия рекреационного использования территории бассейна Верхней Угры: дисс. ... канд. геогр. наук. Смоленск, 2003.

2. *Антипцева Ю.О., Павлова Е.М., Якимова А.С.* Перспективы функционирования особо охраняемых природных территорий Краснодарского края в связи с изменениями природоохранного законодательства / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

3. *Волкова Т.А., Мищенко А.А.* Туристское природопользование как фактор устойчивого развития горных территорий / Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития: сб. науч. тр. Тамбов, 2013.

4. *Дунец А.Н.* Туристско-рекреационное пространство горного трансграничного региона: теория организации и развитие: дисс. ... д-р геогр. наук. СПб., 2012.

5. *Мармилов А.Н.* Оценка рекреационного потенциала Мангистауской области для развития экологического туризма: дисс. ... канд. геогр. наук. Астрахань, 2004.

6. *Мищенко А.А., Волкова Т.А.* Проблемы многовариантного природопользования в ландшафтах экотонных систем «суша – море» (на примере береговых ландшафтов Краснодарского края) / География: история, современность, перспективы. Краснодар, 2012.

7. *Мищенко А.А., Волкова Т.А.* Современное состояние степных ландшафтов северо-западной части Краснодарского края / Аграрная география в современном мире. Краснодар, 2014.

8. *Мищенко А.А., Волкова Т.А.* Экологические проблемы природопользования в береговых геосистемах Восточного Приазовья. / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2011.

9. *Разумовский В.М.* Интеграция географических наук в современном регионоведении: матер. XIV съезда РГО. СПб., 2010.

Н.В. Гвазава, М.Д. Кайтамба

ОБУСТРОЙСТВО ПЛЯЖА г. НОВЫЙ АФОН РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

Абхазский государственный университет

Summary: City of New Athos has great recreational potential. City beach is an important object of which affects the internal environment of the city.

Keywords: recreational potential, beach, infrastructure.

Город Новый Афон обладает огромным рекреационным потенциалом. Обилие природных и культурно-исторических достопримечательностей, сконцентрированных на небольшой территории, привлекают все большее количество туристов. В настоящее время здесь функционируют 18 средств размещения, с общим количеством койко-мест – 784. Большим спросом у туристов пользуется пляжно-купальный отдых, благодаря прекрасным климатическим условиям и теплому морю. Современное состояние пляжей г. Новый Афон характеризуется невысоким уровнем развития сервиса и пляжной инфраструктуры.

Участок рассматриваемого нами пляжа находится в пределах Новоафонской бухты и относится к территории Государственной Дачи (Сталинская Дача), площадь которой составляет 19536 м^2. Здесь можно выделить хозяйственно-рекреационную и непосредственно, пляжную зоны. Механический состав пляжевого материала: гравийно–песчано–галечниковый. Рельеф морского дна безопасный. Пляж по характеру акватории – открытый. Побережье данной территории защищено волноотбойной стеной и берегоукрепительными сооружениями (волноломы и буны). В центральной части пляжа располагается небольшой пирс. Территория хозяйственно-рекреационной зоны хорошо озеленена и не требует дополнительных посадок. Здесь произрастает интродуцированная растительность: субтропические экзоты и хвойные.

Характеристики современного состояния пляжа и предлагаемые рекомендации по обустройству пляжа проводились в соответствии с нормативными документами: СанПиН 4060-85 «Лечебные пляжи. Санитарные правила устройства, оборудования и эксплуатации»; ГОСТ 17.1.5.02-80 «Гигиенические требования к зонам рекреации водных объектов» и прочие.

Согласно критериям при оценке объектов для купально-пляжного отдыха, данный участок характеризуется благоприятными и относительно благоприятными параметрами [2].

Для улучшения современного состояния пляжной зоны территории, относящейся к территории «Государственной Дачи» авторы предлагают ряд мероприятий по ее благоустройству. В пределах хозяйственно-рекреационной зоны можно разместить: средства размещения – коттеджи, апацху, кафе, здание администрации, службу безопасности, помещение для проката инвентаря, медпункт. Для благоустройства пляжа необходимо провести следующие работы: отделить зону купания буйками, снабдить пляж стойками со спасательными кругами, спасательной вышкой, медпунктом, душевыми кабинами, кабинами для переодевания, лежаками, шезлонгами, навесными сооружениями, мусорными урнами, биотуалетами, пляжными дорожками, спортивным инвентарем и волейбольной площадкой. Желательно обеспечить пляж видеонаблюдением, камерой хранения, услугой беспроводного доступа с сеть интернет. В результате проведенных работ и создания инфраструктуры пляжа можно получить значительную экономическую выгоду.

Таким образом, можно отметить, что для небольшого города Новый Афон пляж сам по себе является важным объектом, влияющим на внутреннюю среду города, где человек чувствует прилив сил и бодрости. Созерцание красот природы стимулирует жизненный тонус и успокаивает нервную систему. Создание современно обустроенной функционально-рекреационной пляжной территории города Новый Афон ввиду своей индивидуальности будет пользоваться большим спросом, как у гостей города, так и у местных жителей.

Список использованных источников

1. ГОСТ 17.1.5.02-80 «Гигиенические требования к зонам рекреации водных объектов».
2. *Колотова Е.В.* Рекреационное ресурсоведение. М.,1999.
3. СанПиН 4060-85 «Лечебные пляжи. Санитарные правила устройства, оборудования и эксплуатации».

А.О. Гетман, Ю.П. Гетман

ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ КОМПЛЕКС АБИНСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: This article provides an analysis of the complex infrastructure Abinsk district of the Krasnodar Territory.

Keywords: Krasnodar region, Abinsky District , infrastructure, transport, communications.

Инфраструктурный комплекс объединяет отрасли хозяйства, производящие разнообразные услуги. Термин «услуги» охватывает широкий круг отраслей, которые выполняют различные функции для покупателей, но не включают продажу реального продукта. В экономической науке, как в России, так и за рубежом нет полного единства относительно того, что следует включать в состав сферы услуг.

Инфраструктурный комплекс подразделяется на две крупные, относительно самостоятельные части: коммуникационную систему и сферу обслуживания.

Сфера обслуживания включает торговлю и общественное питание, бытовое обслуживание и жилищно-коммунальное хозяйство, науку и образование, культуру и искусство, здравоохранение и физкультуру, социальное обеспечение, государственное управление, финансово-кредитную сферу и т.д.

Коммуникационная система России включает транспорт и связь, основная задача которых – перемещение в пространстве информации, энергии, людей и разнообразных веществ [1].

Абинский район расположен в Южно-предгорной части Краснодарского края и его площадь составляет 162,4 тыс. га. На территории района находится 35 населенных пунктов, в которых проживает 95 350 тыс. чел (на 2014 г.) [5].

Абинский район расположен в 80 км от Краснодара и 60 км от Черноморского побережья, имеет развитую автомобильную дорожную сеть, общая протяженность которой составляет более 900 км. Район пересекает автомобильная дорога Краснодар-Новороссийск и железная дорога Новороссийск-Москва. Имеются две железнодорожные станции, междугородный автовокзал.

Имеющиеся природно-климатические ресурсы, наличие историко-культурных объектов на территории района в последние годы придали ему имидж привлекательного. Работа администрации района в соответствии с разработанной концепцией развития внутреннего туризма Краснодарского края позволила за последние годы в 5 раз увеличить поток туристов.

Добычу полезных ископаемых на территории района осуществляет Федеральное государственное учреждение по эксплуатации гидротехнических сооружений рек Кубани и Протоки (добыча песка).

Доля обрабатывающих производств в общем объеме промышленного производства составляет 13%. Наибольший удельный вес в структуре обрабатывающих производств на территории района занимают следующие направления: химическая промышленность – основным видом деятельности является обработка лома цветных металлов, утилизация ртути и свинецсодержащих отходов, а также производство извести. Объем производства 2007 г. составил 41497,6 тыс. руб.

Экологическая чистота территории, прекрасный климат предгорья Кавказа наряду с историческими и этнографическими традициями Абинского района уже сегодня ежегодно привлекают до 500 тысяч туристов.

В предгорной зоне района выращивают виноград и плоды. Плодоводческое предприятие «Светлогорское» вошло в число 300 лучших хозяйств России. Здесь внедряют современные технологии, получают высокие урожаи фруктов, центральная усадьба является образцовым населенным пунктом.

На территории района расположены перерабатывающие предприятия: консервный завод, маслозавод. ОАО «Холмский комбинат хлебопродуктов» имеет большие мощности по хранению зерна и переработке риса, в последние годы становится и центром по перевалке зерновых, подсолнечника на экспорт через порт Новороссийска.

ООО «Абинский электрометаллургический завод» – представитель черной металлургии на Юге России, вступивший в строй в июне 2010 г. На сегодня комплекс, оборудования по производству строительной арматуры, является одним из самых современных в мире. Широкий спектр продукции по диаметрам и уровню прочности сертифицирован по системе «Мосстройсертификации» [2]. Спецификой сферы обслуживания является то, что она предоставляет услуги, направленные на удовлетворение потребителей конкретного человека – индивидуального потребителя [4].

Особую роль в развитии потребительского рынка играет торговля. Объем розничного товарооборота по крупным и средним предприятиям в 2011 г. составил 2440,9 млн. руб., что в действующих ценах на 35% больше, чем в 2010 г.

Увеличению объема розничного товарооборота в районе способствовало открытие в 2010 г. гипермаркета «Магнит Семейный» в городе Абинске (по ул. Колхозной). Также увеличение розничного товарооборота в январе – декабре 2011 г. по сравнению с уровнем 2010 г. наблюдается на предприятиях Абинский почтамт ФГУП Почта России (в 2,2 раза), ООО ППСП «Нирис» (более чем в 1,9 раза), ОАО «Ахтырский хлебозавод» (на 4%).

Крупные и средние предприятия общественного питания реализовали продукции в январе-декабре 2011 г. на 22,5 млн. руб., что в сопоставимых ценах выше уровня 2010 г. в 2 раза.

В сфере бытового обслуживания населения ведущую роль играет малый бизнес и особенно индивидуальное предпринимательство. В последние годы отмечается процесс развития сетевых форматов предприятий бытового обслуживания: парикмахерские и салоны красоты, организации по ремонту и техническому обслуживанию автотранспорта, бытовой техники и электроники, которые демонстрируют более высокие темпы роста.

Плотность сети автомобильных дорог общего пользования на территории Абинского района составляет 0,419 км/км^2, что на 17,5% меньше, чем среднекраевое значение (0,508 км/км^2), что характерно для большинства предгорных районов края. С другой стороны, на каждого жителя района приходится 0,008 км автомобильных дорог общего пользования, что близко к среднекраевому значению этого показателя (0,007 км/чел.).

В широтном направлении через всю территорию района проходит участок федеральной автомобильной дороги Краснодар – Новороссийск протяженностью 35 км (в пределах района), обеспечивающей основные транзитные перевозки. Среднегодовая суточная интенсивность движения по данной автомобильной дороге составляет более 15 000 авт./сут. Пиковая интенсивность в летний период значительно выше, а коэффициент загрузки дороги превышает максимально допустимый. Кроме этого, автомобильная дорога проходит по населенным пунктам пгт. Ахтырский и ст. Холмская, что значительно снижает пропускную способность и безопасность дорожного движения.

Протяженность автомобильных дорог общего пользования регионального значения, проходящих по территории Абинского района, составляет 153,9 км, в том числе с асфальтобетонным покрытием 133,4 км, гравийные – 20,5 км (13,3%).

Общая протяженность автомобильных дорог общего пользования, местного значения, находящихся в границах муниципального образования Абинский район и проходящих вне границ населенных пунктов, составляет 25 800 км, в том числе по типам покрытий: асфальтобетонное покрытие – 12,2 км; гравийное покрытие – 13,6 км.

Регулярные перевозки пассажиров на муниципальных пригородных маршрутах и междугороднем маршруте регулярного сообщения на территории муниципального образования Абинский район осуществляют 3 перевозчика, из которых 2 предприятия

пассажирского транспорта. Существующая маршрутная сеть муниципального образования Абинский район включает в себя 7 муниципальных пригородных автобусных маршрутов регулярного сообщения. Протяженность автобусной маршрутной сети составляет 432,9 км. Протяженность улиц и дорог, по которым проходят муниципальные пригородные маршруты и междугородний маршрут пассажирского транспорта регулярного сообщения, составляет 153,8 км.

В центральной части Абинского района в направлении «восток-запад» проходит железнодорожная ветка Краснодар – Новороссийск, которая является одним из важных факторов, влияющим на территориальное развитие и зонирование населенных пунктов.

Плотность железнодорожных путей общего пользования в Абинском районе составляет 198 км на 10 тыс. км² территории. Протяженность железнодорожной сети Абинского района составляет 32,2 км.

Железнодорожная станция города Абинска является транзитной для основных грузоперевозок, направляющихся в сторону городов Краснодар и Новороссийск, и характеризуется наличием пассажирского движения в дальнем и местном сообщениях, обусловленных связями регионов страны и Краснодарского края. Основными функциями работы станции является погрузка-разгрузка, перевеска, хранение, оказание услуг пассажирам.

Развитие транспортной инфраструктуры является условием устойчивого развития экономики, способствующим росту товарооборота, объемов передачи информации, производственных мощностей, изменению структуры экономики, устранению ограничений инфраструктурного и технологического характера.

На территории муниципального образования Абинский район услуги телефонной связи населению предоставляют Крымское ЛТУ Западного узла электросвязи структурного подразделения Краснодарского филиала ОАО «Южная телекоммуникационная компания», ЗАО «Южная телефонная компания». Все населенные пункты имеют телефонную связь.

Крымское ЛТУ Западного узла электросвязи структурного подразделения Краснодарского филиала ОАО «Южная телекоммуникационная компания» предоставляет населению района доступ к местной, междугородной, международной телефонной, а также телеграфной связи, услуги проводного вещания, доступ к сети

Интернет, электронной почте, факсу, различные дополнительные услуги.

В настоящее время ОАО «Южная телекоммуникационная компания» уделяет большое внимание расширению номерной емкости за счет собственных средств путем приобретения нового оборудования, замены устаревших АТС на цифровые, что позволяет повысить качество и расширить спектр предоставляемых услуг, а также удовлетворить спрос населения на стационарные телефонные номера.

Доля цифровизации населенных пунктов составляет около 70%. При этом телефонная плотность в расчете на 100 жителей в 2010 г. составляет 14 телефонов. Количество пользователей (абонентов) ежегодно растет и в настоящее время составляет более 13 тыс. чел, при этом количество пользователей Интернет 3760 абонентов.

На территории Абинского района услуги сотовой связи предоставляют 5 операторов связи (ОАО «Мегафон», ОАО «Мобильные ТелеСистемы», Билайн, Теле2, СкайЛинк). Услугами сотовой связи пользуются более 83 тыс. жителей района. При этом все 35 населенных пунктов охвачены сотовой связью.

Услуги почтовой связи оказывает Абинский почтамт УФПС Краснодарского края – филиал ФГУП «Почта России». В 35 населенных пунктах муниципального образования Абинский район работает 22 отделения почтовой связи и почтамт. Возрос спрос на исходящие денежные переводы, благодаря коротким срокам прохождения электронных переводов, эта услуга стала пользоваться популярностью для оплаты товаров, купленных в кредит. В некоторых населенных пунктах имеется коллективный доступ в Интернет. Развитие ассортимента и качества услуг по предоставлению доступа в Интернет в основном направлено на замену сетевого оборудования и увеличение скорости доступа.

Основные мероприятия в почтовом сегменте будут направлены на внедрение инфокоммуникационных услуг почтовой связи.

Администрация муниципального образования Абинский район имеет официальный сайт в сети и Интернет (www.abinskiy.ru) и инвестиционный портал Абинского района (www.abinskinvest.ru). Ежегодная посещаемость этих сайтов составляет более 14 500 чел. в год. С целью повышения качества оказываемых услуг планируется предоставление услуг через официальный сайт администрации Абинского района [5].

Список использованных источников

1. *Вавилова Е.В.* Экономическая география и регионалистика. М., 2001.
2. Официальный сайт Абинского района. URL: http://www.abinskiy.ru/.
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю. URL: http://krsdstat.gks.ru/
4. *Симагин Ю.А.* Территориальная организация населения и хозяйства. М., 2007.
5. Стратегия социально-экономического развития муниципального образования Абинский район до 2020 г.

Е.А. Гришина, В.В. Жирма

РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДСКИХ ВОДОЕМОВ КРАСНОДАРА

Кубанский государственный университет

Abstract: current condition of main recreational waters of the city with an emphasis on the need of their preservation and recovery.

Key words: lake, recreational potential, recreational attraction.

Важнейшее условие эффективного управления рекреацией – исследование и оценка рекреационного потенциала территории, представляющего собой совокупность ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности [4].

Под рекреационным водоемом понимают естественный или антропогенный водный объект (пруд, река, озеро), основное назначение которого – удовлетворение социально-культурных нужд человека [2].

Объектом рекреационного использования водных экосистем служат акватории водоемов. На берегах создаются пляжи и сооружения для водных видов отдыха и спорта. Прибрежная

территория также используется в градостроительных целях. Водоемы в совокупности с зелеными насаждениями становятся важнейшим элементом благоустройства городской территории. Помимо эстетического и функционального элементов городской среды водоемы имеют санитарно-гигиеническое значение, улучшая микроклиматические условия береговой полосы.

Большой популярностью у краснодарцев пользуется городской парк имени Горького. В южной части парка располагается искусственный пруд. В рамках краевой программы «Краснодару – столичный облик» в 2008 г. была произведена реконструкция парка. Она изменила внешний облик территории: возведен каскад фонтанов на главной аллее и выделены зеленые зоны. Городской пруд однако не был реконструирован.

Интерес представляет общегородская рекреационная зона вдоль набережной Кубани. Ее длина, по данным Министерства строительства, архитектуры и дорожного хозяйства Краснодарского края составляет 7,8 км. Активно идет формирование прогулочной зоны и укрепление берегов. Это позволяет рассчитывать на неприкосновенность данной территории застройщиками и сохранения водоохранной зоны.

В пределах Краснодара и его окрестностей располагаются ряд старичных озер. Уникальным по своему значению является озеро Старая Кубань. Площадь его акватории составляет 1,5 км^2. Озеро выполняет роль «водоема–охладителя» Краснодарской ТЭЦ. Специфические гидрологические и термальные (обилие высшей водной растительности, небольшое течение до 0,1 м/сек, повышенная температура воды, отсутствие в зимний период на большей части акватории озера ледостава) характеристики, случайное и/или преднамеренное вселение ряда видов рыб способствовало формированию своеобразной ихтиофауны озера [3].

Изменениям подверглись и Карасунские озера. В свое время они оживляли городской пейзаж Екатеринодара и обеспечивали местных жителей тростником, который использовался для строительства стен и крыш кубанских домов. [5]. Однако озера Карасун постепенно превратились в заиленные водоемы.

В феврале 2015 г был представлен проект благоустройства Карасунских прудов. Именно прудов, так как только это официальное название дает право муниципальным властям города Краснодара начать масштабную реконструкцию территории: создание линейной

пешеходно-парковой зоны вокруг водоема, разработку особой системы зонирования и организации зеленых плодовых насаждений по берегам прудов.

Краснодар – быстро развивающая южная столица. С невероятной скоростью идет застройка города и его окрестностей. Главной проблемой по–прежнему остается сохранение уникальных природных объектов в черте города. Используя рекреационный потенциал городских водоемов, важно помнить о значимости данных объектов как части единой экосистемы.

Список использованных источников

1. Генеральная схема озеленения муниципального образования город Краснодар / Генеральный план муниципального образования город Краснодар, утв. решением городской думы Краснодара №25 от 26.01.2012 г. URL:// http://krd.ru/

2. *Дедю И.И., Федорова В.Д.* Экологический энциклопедический словарь. Кишинев, 1990.

3. *Плотников Г.К., Дмитриева Е.А.* Современное состояние ихтиофауны оз. Старая Кубань (г. Краснодар). URL: http:// jurnal.org/articles/2013/biol2.html.

4. *Шабалина Н.В., Власов В.С.* Эволюция представлений о туристско-рекреационном потенциале как основе формирования и развития туристско-рекреационных систем / Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. М., 2008.

5. *Шуляков Д.Ю.* Историко-географический очерк о реке Карасун / Географические исследования Краснодарского края: сб. научн. тр. Краснодар, 2012.

С.Ю. Дейко, З.Х. Гаджиев, Д.А. Симонян

ЭТНОТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ СОСТАВ КРЫМСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Summary: in 2014 year, when Crimean peninsula become part of the Russion Federation, our country gained new resorts. One of the promising directions in the author's opinion will be capacity development of ethnic tourism – the construction of ethnic villages

Keywords: Republic of Crimea, the city of Federal significance Sevastopol, ethnic map, ethnic structure, ethno villages, resorts.

По предварительным итогам переписи населения в Крымском федеральном округе (ФО) по состоянию на 14 октября 2014 г., численность постоянного населения Республики Крым составила 1 891 465 чел., города федерального значения Севастополь – 395 тыс. чел. (всего в Крыму – 2 284,4 тыс. чел.) [3]. Плотность населения составляет 84,1 чел./км^2, а по России – 8,4 чел./км^2. К 1 мая 2015 г. Росстат должен обработать все материалы переписи и представить правительству полный отчёт [5].

За последние 13 лет (2001–2014 гг.) население Крыма сократилось на 70 тыс. чел. За межпереписной период 1989 – 2001 гг. в составе Украины по численности населения АР Крым поднялась с 8-го на 7-е место, отличаясь слабыми темпами депопуляции. Это объяснялось тем, что регион сохранял свою миграционную привлекательность, в первую очередь из-за репатриированных крымских татар, а также представители других ранее репрессированных народов (в том числе греков, немцев, армян, болгар и др.).

Русские, украинцы, белорусы – основное славянское население Крымского полуострова, особенно г. Севастополь (табл. 1 и 2). Русские занимают первое место в обоих субъектах (в Крыму – 65,2 %, в Севастополе – 81 %) (рис. 1). Рис. 1 составлен на основе Атласа экономической и социальной географии Украины 2010 г. [1], а также были опрошены представители основных этнических общин Крыма и Краснодарского края, получена информация о взаимодействии и

культурных контактах между общинами этих регионов. Удалось выявить, что на сегодняшний день этническая карта украинского атласа не соответствует современным реалиям и требует обновления и исправления неточностей. Таким образом, авторы предлагают нанести, отсутствующих на немногих известных этнокартах Крыма, татаров, армян, азербайджанцев, узбеков, корейцев, греков, входящих в первую десятку, а также молдаван, поляков и болгар, входящие в 20-ку крупнейших народов региона.

Табл. 1 – Национальный состав населения Республики Крым по данным переписей населения 2001 и 2014 гг.

№	Национальность	Население, 2001 г.	Указавшие свою национальность, %	Население, 2014 г.	Указавшие свою национальность, %
Всего		2024056		1891465	
1.	Русские	1180441	58,52%	1188978	65,20%
2.	Украинцы	492227	24,40%	291603	15,99%
3.	Крымские татары	243433	12,07%	229526	12,59%
4.	Татары	11090	0,55%	42254	2,32%
5.	Белорусы	29285	1,45%	17919	0,98%
6.	Армяне	8769	0,43%	9634	0,53%
7.	Азербайджанцы	3748	0,19%	3738	0,20%
8.	Узбеки	2947	0,15%	3265	0,18%
9.	Корейцы	2877	0,14%	2820	0,15%
10	Греки	2795	0,14%	2646	0,15%
11	Молдаване	3761	0,19%	2573	0,14%
12	Евреи	4515	0,22%	2543	0,14%
13	Поляки	3879	0,19%	2435	0,13%
14	Цыгане	1896	0,09%	2381	0,13%
	…	…	…	…	…
17	Болгары	1877	0,09%	1506	0,08%
	…	…	…	…	…
23	Караимы	671	0,03%	500	0,03%
24	Крымчаки	204	0,01%	177	0,01%
Другие		12793	0,63%	10469	0,57%

Украинцы стабильно занимают в регионе 2-е место (16% и 14,1%, – сокращение с 2001 г. по 8% в обоих субъектах). Распространены дисперсно по полуостроову (рис. 1). Только на севере полуострова в Красноперекопском и Первомайском районах

украинцы занимают 1-е место, а русские – 2-е. Белорусы (ок. 1% в Крыму – 5 место и 1% в Севастополе – 3 место), так же как и украинцы, сокращаются в численности, в основном из-за ассимиляционных процессов с русскими (табл. 1, 2). Живут дисперсно, но большинство находится в Джанкойском, Красногвардейском и Бахчисарайском районах (рис. 1).

Табл. 2 – Национальный состав населения города федерального значения Севастополь по данным переписей населения 2001 и 2014 гг.

№	Национальность	Население, 2001 г.	Указавшие свою национальность, %	Население, 2014 г.	Указавшие свою национальность, %
1.	Русские	269953	72,31%	303100	81,07%
2.	Украинцы	84420	22,61%	52912	14,15%
3.	Белорусы	5872	1,57%	3775	1,01%
4.	Крымские татары	1858	0,50%	2814	0,75%
5.	Татары	2512	0,67%	2742	0,73%
6.	Армяне	1319	0,35%	1396	0,37%
…	…	…	…	…	…
11.	Поляки	580	0,16%	408	0,11%
12.	Болгары	405	0,11%	362	0,10%
…	…	…	…	…	…
30.	Крымчаки	76	0,02%	51	0,01%
Всего		377153		395000	

Крымские татары – третья национальность Республики Крым (12,6%), но в 6 районах (из 14-ти) занимают вторую позицию: в Ленинском, Белогорском, Нижнегорском, Кировском, Бахчисарайском, Советском районах (рис. 1). В г. Севастополь их доля не значительна – 0,7 % (4-е место) (табл. 2). За межпереписной период резко увеличилась численность татар (волжских, казанских) с 11 до 42 тыс. (4-е место в Республике Крым). Причина такого повышения численности на первый взгляд неясна и требует отдельного изучения.

Армяне – один из коренных народов Крыма. Занимают 6-е позиции как в Республике Крым (9,6 тыс. чел.), так и в г. Севастополь (1,4 тыс. чел.). Большую часть крымских армян переселила развивать экономику Дона ещё Екатерина II, до сих пор их община заметна в регионе. В основном Симферополь, Феодосия, Севастополь (рис. 1).

Азербайджанцы (7-е место), узбеки (8-е) и корейцы (9-е) – относительно новые для п-ова народы (табл. 1), из которых за последние 14 лет значительно приросли населением узбеки (рис. 1).

Греки – один из коренных народов полуострова. Но в 2014 г. занимают только 10 место по численности населения, причины тому – переселение в XVIII–XIX вв. Россией большей части греков Крыма в Азовскую и Новороссийскую губернию – в северное Приазовье, репрессии 1944 г., и в современное время отток в Грецию. Проживают в основном в Симферополе, Евпатории и с. Чернополье (Белогорский р-н.), большинство жителей которого – греки (рис. 1).

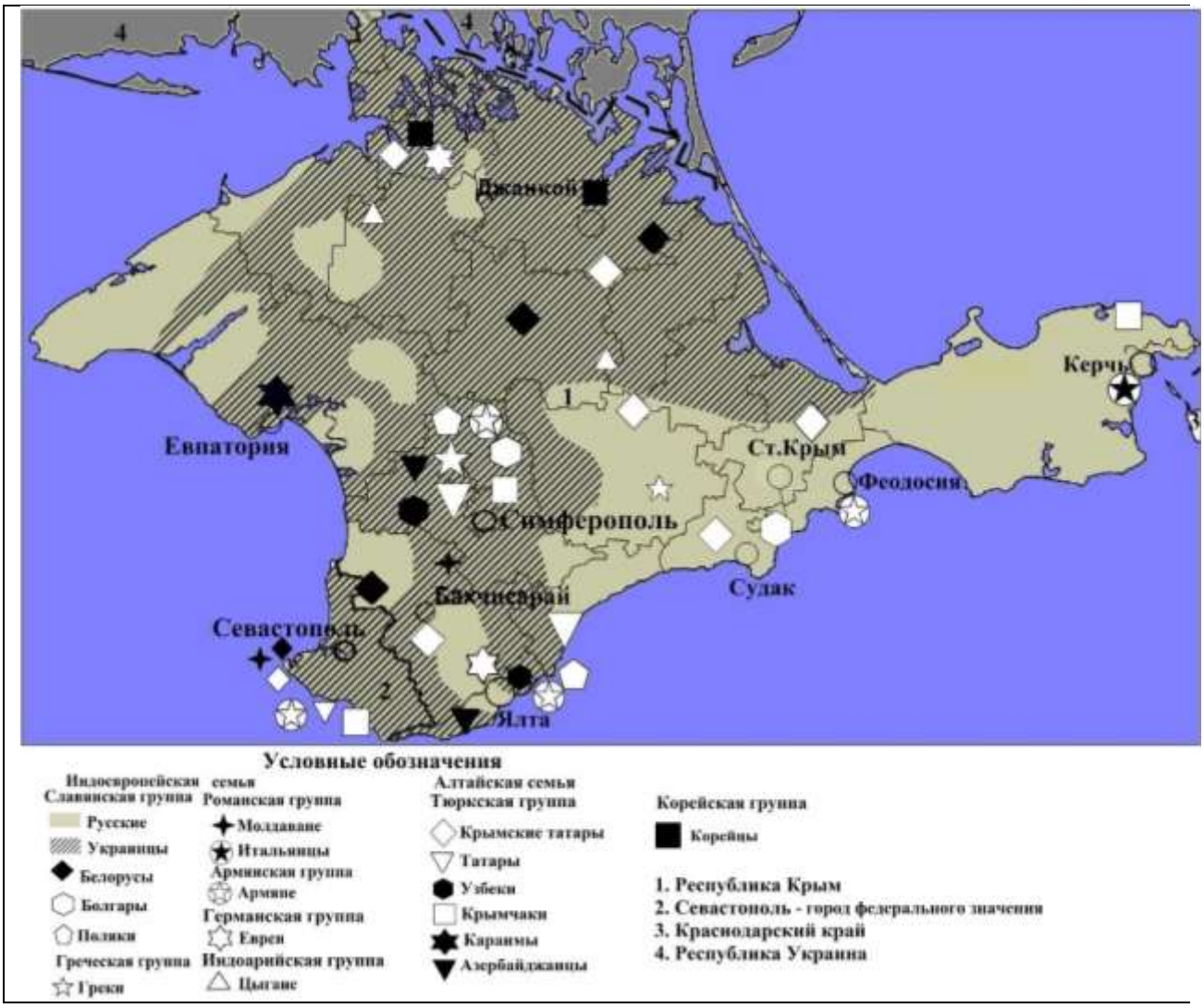

Рисунок 1 – Этнический состав Республики Крым и Севастополя на 2014 г. (сост. Гаджиев З.Х., Дейко С.Ю., Симонян Д.А.)

У таких традиционных народов Крыма, как евреи (Ялта, Симферополь, север Крыма), поляки (Симферополь, Ялта, Севастополь), молдаване (проживают дисперсно) за межпереписной

период (2001–2014 гг.) наблюдается резкое сокращение населения (выезд на историческую родину евреев, поляков и их ассимиляция, особенно у молдаван). Сокращается население болгар (Симферополь, Старый Крым, Коктебель [4]), но меньшими темпами. Цыгане – незначительный рост численности (+ 400 чел.).

Караимы – тюркоязычный (по одной из версий – наследники хазар), малочисленный, автохтонный народ Крыма, имеющий собственную религию (или же направление иудаизма) – караимизм (признают только Тору, она же Ветхий Завет). Священным для них является древнее не жилое городище Чуфут-Кале, где на горе находятся два молельных дома караимов – кенасы. Сам же народ в основном проживает в Евпатории и Симферополе.

Крымчаки – тюркоязычная, автохтонная, исчезающая народность. В мире их не более 1000 чел., но на данный момент крымчакский язык можно назвать мёртвым, в мире носителей этого языка осталось 2 человека… В Республике Крым всего 177 чел. (Симферополь и Керчь) и в Севастополе – 51 чел. (табл. 1 и 2). По происхождению – крымчаки потомки древнего еврейского населения Крыма, приняв диалект крымско-татарского языка. Караимский язык они не понимают, по религии – иудеи, признающие в т.ч. и Талмуд.

Итальянцы – небольшая группа проживает в Керчи (до 200 чел. на 1999 г.). А в 1929 г. итальянцев насчитывалось 774 чел. Их предки бежали сюда из Южной Италии в XIX в., спасаясь от гражданской войны и голода. Являются основателями старейшего костёла в Крыму 1840 г. Значительно сократилось население после репрессии данной диаспоры в 1942 и 1944 гг. [2].

На основе полученных данных, на взгляд авторов, в Крымском ФО можно организовать как минимум восемь этнодеревень для привлечения туристов и сохранения своей самобытности, на манер культурных центров той или иной национальности. Например русскую этническую деревню в районе Севастополя, украинское подворье на севере полуостроваова, две крымско-татарские этнодеревни в Бахчисарайском и Кировском (близ Ст. Крыма) районах, армянскую в Феодосийском МО или Кировском районе (тяготение к древним армянским церквям), греческую в Белогорском районе с.Чернополье, болгарскую в районе «Болгарщина» г. Ст.Крым или на побережье в Коктебеле, караимскую – Чуфут-Кале. Итак, этно-территориальный состав Крыма очень разнообразен, где потенциал развития этнического туризма как мы видим очень велик.

Чтобы его планомерно развивать, властям Крымского ФО хорошо было бы обратить своё внимание на опыт Краснодарского края в развитии этнодеревень и проведении региональных национальных фестивалей. Данная тематика требует новых исследований.

Список использованных источников

1. Атлас Экономической и социальной географии Украины / под ред. Л.М. Веклич. Киев, 2010.
2. *Ваньели Д., Бойко Ю.* Неизвестная трагедия итальянцев Крыма / КИА. Керчь, 2007.
3. Перепись населения, учтённого при переписи в Крымском федеральном округе / Крымстат (по состоянию на 14.10.2014 г.)
4. *Радева Л.И.* Болгары в Крыму. 200 лет. Симферополь, 2003.
5. Смольякова Т. Росстат сосчитал население Крыма / Российская газета. URL: http://www.rg.ru/2014/12/17/rosstat.html.

А.Н. Дунец, А.С. Шлыкова

ПРЕДПОСЫЛКИ И СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ АЛТАЙСКОЙ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ МЕСТНОСТИ

Алтайский государственный технический университет

Summary: The author reveals the main stages in the development of the Altai resort area.

Keywords: Altai mountains, resort area.

В начале 1990-х гг. в Алтайском крае была разработана концепция развития Южно-Алтайского эколого-экономического региона – ЮАЭЭР. Целью этой концепции стала необходимость сохранения уникального природного комплекса предгорий Алтая, получение экологически чистых продуктов питания, развитие туристско-рекреационной деятельности. В дальнейшем в рамках концепции формирования ЮАЭЭР была разработана Программа развития Белокурихинской лечебно-оздоровительной местности (БЛОМ), которая включала Алтайский, Смоленский, Солонешенский

районы и город-курорт Белокуриха. Целью программы являлось создание оптимальных социально-экономических условий функционирования БЛОМ, как объекта рекреации, санаторно-курортной сферы, экологизированного сельского хозяйства и пищевой промышленности [1].

Эти проекты стали основой для разработки вначале XXI в. концепции формирования Алтайской курортно-рекреационной местности (АКРМ). В 2007 г. Алтайский край представил на международном экспозиционном форуме «MIPIM-2007» в Европе проект АКРМ. Целью АКРМ является создание организационной и экономической среды для функционирования в Алтайском крае крупного территориально-единого курортно-рекреационного комплекса, ориентированного на возможное и экологически приемлемое использование природно-ресурсного потенциала региона.

Крупномасштабный проект (АКРМ) включает в себя создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) «Бирюзовая Катунь», игорной зоны «Сибирская монета», а также предусматривает развитие курорта федерального значения «Белокуриха», природного парка «Ая», формирование туристских центров в Солонешенском и Чарышском районах.

Территория АКРМ имеет значительный природно-ресурсный потенциал, и располагает уникальными природными ресурсами, как минеральными (воды, грязи), так и климатическими. Запасы минеральных вод, наличие свободных рекреационных земель вполне достаточны для организации разнообразного отдыха и лечения людей. Имеются площади пригодные для курортного и рекреационного строительства, которые удовлетворяют экологическим и санитарно-эпидемиологическим требованиям.

Особенностью АКРМ является ее расположение на стыке равнин Западной Сибири и Алтайских гор. Характер подстилающей поверхности, оказывает значительное влияние на процессы циркуляции атмосферы, обусловливая специфические черты климата. Находясь в зоне предгорий, низко- и среднегорий, АКРМ имеет благоприятные условия для формирования в холодное время года прослойки теплого воздуха, вследствие чего эта территория характеризуется менее суровыми зимами и более длительным безморозным периодом, в сравнении с равнинной частью региона.

В числе особенностей территории – наличие месторождений термальных радоновых вод – Белокурихинское, Искровское, Черновское, на ресурсах первого из них функционируют санатории курорта Белокуриха [2].

Туристско-рекреационный комплекс в районах АКРМ представлен отдельными турбазами, кемпингами, наибольшее их число – в Алтайском районе. В настоящее время это самый рекреационно-освоенный район Алтайского края, и количество туристов, приезжающих с целью длительного отдыха, ежегодно увеличивается.

В настоящее время в Алтайском крае, как и в других регионах России, региональные власти взяли за основу кластерную политику как эффективный механизм повышения конкурентоспособности экономики. Туристскими кластерами АКРМ являются: «Бирюзовая Катунь» совместно с игорной зоной «Сибирская монета», «озеро Ая», «Алтайский», «Белокуриха», «Солонешенский», «Чарышский».

На территории ТР ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» в настоящее время завершено строительство основных объектов инфраструктуры. Объем средств направленный на финансирование объектов инфраструктуры на 01.01.2015 г. составил 4605 тыс. руб. Завершено строительство газопровода, ведется строительство высоковольтной ЛЭП. Это позволяет ожидать в ближайшие годы активного строительства туристских и оздоровительных объектов. В настоящее время в особой экономической зоне работают 13 резидентов.

В конце 2014 г. на территории игорной зоны «Сибирская монета» состоялось открытие первого казино «Altai Palace». В ближайшее время рядом с ним откроется гостиница и ресторан.

Активно ведется реализация проекта туристско-рекреационного кластера Белокуриха. За прошедший год построена твердое покрытие автодороги в субкластер «Белокуриха 2». Это позволит увеличить площадь строительства санаторно-курортных объектов и использовать новые месторождения минеральных вод. За 2014 г. курорт Белокуриха посетили 201,7 тыс. чел. Общее количество мест единовременного размещения составляет 5372.

На территории АКРМ активно развивается пантовое мараловодство. Его продукция составляет основу лечебно-оздоровительных услуг значительного числа оздоровительных комплексов. Процедура принятия пантовых ванн становится все

более распространенной. На основе экстрактов из пантов готовятся лекарственные препараты и биологические добавки.

Развитие АКРМ может стать одним из основных источников доходов в бюджеты всех уровней, обеспечив приток инвестиций, рост ВРП и конкурентоспособности экономики района в целом. Исходя из этого, создание кластера рекреационного типа рассматривается как возможность выхода региона из депрессивного состояния, повышения уровня его социально-экономического развития и качества жизни населения.

Имеются проблемы селитебного использования земель АКРМ. Это низкая инфраструктурная обустроенность сельских населенных пунктов, проблемы складирования бытовых отходов, развитие социальной, инженерной, транспортной инфраструктуры в сельской местности. Также важной проблемой остается концентрация рекреационного землепользования на отдельных участках (левобережье Катуни, Белокуриха и др.). Наряду с развитием туристско-рекреационной деятельности на перспективных территориях наблюдается деградация, снижение аттрактивности менее развитых районов АКРМ. Неорганизованный «дикий» отдых по-прежнему занимает значительную часть в сфере туризма данной местности. Преимущественно это районы долины рек Песчаная, Ануй, Чарыш.

Несмотря на имеющиеся проблемы развития курортно-рекреационной местности отмечается рост количества гостиниц, оздоровительных комплексов, турбаз.

Администрация региона рассчитывает привлечь в Алтайский регион большее количество инвесторов и создать развитый центр мирового уровня, опорой которого являлся бы туризм. Для осуществления этого необходимо решить ряд вопросов научно-правового обеспечения, повышения уровня здоровья и качества жизни населения, рационального использования природных лечебных факторов и развития курортно-рекреационного комплекса, организации комплексного мониторинга состояния природной среды, структурной перестройки хозяйственного комплекса. В ближайшие годы АКРМ может стать территорией качественного экономического роста в Алтайском крае.

Список использованных источников

1. Белокурихинская лечебно-оздоровительная местность / под ред. В.С. Ревякина и др. Барнаул, 1997.
2. *Дунец А.Н.* Туристско-рекреационные комплексы горного региона: монография. Барнаул, 2011.

З.Ю. Калоева, Н.Г. Гасиева

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТУРОВ В РСО-АЛАНИИ

Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова

Summary: This article discusses the potential for the development of gastronomic tours in the Republic of North Ossetia-Alania. Recommendations are given in terms of promoting gastronomic tours in the region.

Keywords: tourist destination, tourist product, gastronomic festivals, gastronomic tourism.

Современная индустрия туризма предлагает огромное разнообразие различных туристских продуктов, способных удовлетворить самый разнообразный потребительский спрос, как в видовом разнообразии, так и в плане ценового диапазона. Это объясняется высокой мобильностью современного человека, все возрастающими потребностями увидеть другие регионы, приобщиться на время к иной культуре, провести время в уникальных природных местностях, совершать поездки с деловыми целями и т.д. В этой связи, на международном рынке туристических услуг все более актуальной становится проблема развития и формирования новых видов туризма, одним из которых является гастрономический туризм, рынок которого также отличаются позитивной динамикой.

Гастрономический туризм – это вид делового туризма, понимается как путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные, для туриста блюда или продукты [1].

В России гастрономический туризм пока не столь популярен по ряду причин. Отдельные туры с элементами гастрономии стали формироваться в последние 5–6 лет. Сложно выделить регионы России с солидным опытом формирования и продвижения гастрономических туров. Однако, к существенным подвижкам в этой отрасли, следует отнести различные гастрономические события в виде фестивалей, конкурсов и праздников, проводимые в России. Для России развитие гастрономического туризма очень актуально, т.к. её территорию исторически населяют сотни этносов, отличающихся друг от друга, в том числе и гастрономией. Яркой туристкой гастрономической дестинацией в обозримом будущем можно считать и Северный Кавказ, регион с богатыми гастрономическими традициями. На сегодня наиболее существенным опытом организации гастрономических туров из южных субъектов РФ обладает Краснодарский край.

Нами проводился анализ организации гастрономических событий в соседних регионах СКФО. К примеру, в Карачаево-Черкесии дважды (в 2012 и 2013 гг.) проводился международный фестиваль «Праздник айрана на Медовых водопадах». В Чеченской республике в декабре 2012 г. состоялся гастрономический фестиваль «Вкус Кавказа». Все эти мероприятия проводились в целях развития межкультурных связей в первую очередь между кавказскими регионами.

Масштабные гастрономические мероприятия организуются в Ставропольском крае. Так, в апреле 2013 г. состоялось открытие международного фестиваля кулинарного искусства «Содружество», собравший 250 участников из России и ближнего зарубежья [3]. Наиболее крупные гастрономические фестивали на юге России организуются в г. Сочи, что вполне объяснимо.

Исследование рынка услуг общественного питания в РСО-Алании позволило выявить ряд характерных особенностей:

– наличие предприятий общественного питания разного формата: ресторанов, баров, кафе, столовых и т.д.;

– существенный выбор разнообразных кухонь: кавказская, русская, европейская, азиатская;

– высокая транспортная доступность как городских, так и загородных предприятий;

– приемлемый ценовой диапазон, доступный для достаточно широкой целевой аудитории;

– высокий спрос на услуги общественного питания, как среди жителей республики, так и ее гостей;

– наличие квалифицированных кадров в отрасли.

Все эти факторы можно рассматривать в качестве ресурса на предмет развития и проведения различных гастрономических мероприятий, как регионального и всероссийского, так и международного масштаба.

Определенный опыт в проведении различных государственных мероприятий накапливается и в Северной Осетии. Так, в октябре 2010 г. состоялся первый национальный конкурс осетинского пива «Ирон баегаены – 2010», ставший ежегодным. Организатором является ООО Группа компаний «Пивоваренный дом Бавария».

Цель конкурса – возрождение, сохранение и популяризация традиций домашнего пивоварения, т.к. особенности технологии приготовления культового национального напитка – осетинского пива являются частью культуры Осетии. Данный проект имел большой успех, привлёк внимание многих желающих принять в нём участие и получил дальнейшее развитие.

В сентябре-октябре 2014 г. Министерством культуры Северной Осетии, республиканским центром традиционной культуры и этнотуризма «Фарн», ГКПД «Бавария» проводился уже Международный фестиваль «Ирон баегаены 2014», где приняли участие более 500 умельцев, в том числе прибывших из соседних субъектов СКФО – Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии, как правило, этнических осетин. С туристских позиций, данный гастрономический праздник пока сложно расценивать как устоявшийся привлекательный туристский ресурс, т.к. это все же формат конкурса, который не предполагает одного из главных моментов в гастрономическом туре – дегустации осетинского пива туристами.

На наш взгляд, в случае формирования пивного тура в Северную Осетию, приуроченного к данному кулинарному конкурсу, можно было бы дать более яркое название, например, «Азбука осетинского пива», что понятнее для широкой аудитории проживающий вне республики.

На наш взгляд с позиций туристской привлекательности, большее значение имеет проводимый с 2013 г. в г. Владикавказ «Фестиваля осетинских пирогов», который сопровождается непременной дегустацией выпекаемых в присутствии гостей

фестиваля продукцией, а также мастер-классами, нацеленных на разную целевую аудиторию – от профессионалов до любителей кулинарии. Ярким моментом фестиваля являются театрализованные шоу, национальные песни, танцы, ярмарка сувенирных и художественных промыслов.

Каналы популяризации гастротуризма в РСО-Алании могут быть следующие:

– участие осетинских профессионалов в гастрономических событиях за пределами республики;

– организация пресс-туров для представителей СМИ;

– организация инфо-туров в РСО-Аланию для сотрудников турфирм из других субъектов РФ;

– активная работа с местными СМИ, блогерами, профессионалами гастрономии;

– организация и проведение мастер классов в рамках возможного гастротура на базе конкретного предприятия общественного питания;

– регулярные тематические эфиры на ГТРК «Алания»;

– создание привлекательных сайтов с данной тематикой;

– организация экскурсий на пивоваренные предприятия республики с возможностью дегустации производимых сортов;

– в рамках проведения гастрономических событий организовывать мастер-классы для детской (школьной) аудитории по приготовлению национальных блюд;

– в рамках подготовки специалистов в области общественного питания, так и туризма, ввести в учебный план спецкурс «Организация гастрономического туризма» с целью подробного изучения культурных особенностей различных регионов РФ, и опыта формирования программ гастротуров.

Список использованных источников

1. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. М., 2007.

2. Гастрономический туризм. URL: http://www.gastrotur.ru.

3. Международная Академия Гастрономии. URL: http:// www.academy-mag.ru.

Е.А. Камбарова

СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Новороссийский политехнический институт Кубанского государственного технологического университета

Summary: The article contains the analysis of the modern condition of the tourist-recreational complex of municipal units of Krasnodar region. The basis of the conducted analysis based on the statistical data, reports and policy documents of bodies of state and municipal authorities, as well as own research of authors.

Keywords: tourist-recreational complex, Krasnodar region, modern condition.

Краснодарский край является одним из основных туристских районов РФ. Он располагает богатейшим туристским потенциалом, на базе которого еще в советское время сформировался мощный туристский комплекс. На сегодняшний день это динамично развивающаяся в рыночных условиях отрасль народного хозяйства, которая является основой развития некоторых муниципальных образований Кубани [1].

По данным министерства курортов и туризма Краснодарского края [2], за пять лет инвестиции в основной капитал санаторно-курортного комплекса региона увеличились более чем в три раза (с 8,8 млрд руб. в 2009 г. до 28,1 млрд руб. в 2013 г.), а объём доходов вырос почти на 20 млрд руб. (с 48,7 млрд руб. в 2009 г. до 67,9 млрд руб. в 2013 г.).

Серьёзным толчком для столь бурного роста в туристско-рекреационной отрасли Краснодарского края стало проведение XXII Зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр, а также соревнования Гран-при Формулы–1 и предстоящий ЧМ по футболу 2018 г.

Ежегодно в МО Краснодарского края прибывает более 11 млн отдыхающих – это около трети всего внутреннего турпотока РФ. Распределение туристского потока по территории Кубани крайне неравномерно. По данным Комитета статистики [3], величина

туристской нагрузки в различных МО края отличается в разы. Условно по этому показателю можно выделить три группы МО. К группе МО с наибольшей туристской нагрузкой (более 40 туристов в среднем за сутки на 1000 чел. местного населения) относятся города-курорты федерального значения (Анапа, Геленджик и Сочи) и Туапсинский район. Незначительно от них отстаёт город-курорт Горячий Ключ. В остальных городах и районах региона туристская нагрузка не превышает 10 туристов в среднем за сутки на 1000 чел. местного населения.

Структура туристского потока на протяжении последних лет остаётся относительно постоянной, около четверти отдыхающих – это организованные туристы и три четверти – неорганизованные (самодеятельные) туристы [4]. Численность самодеятельных туристов, т.е. тех, кто приезжает на отдых без приобретения путёвки, достоверно установить невозможно. Согласно некоторым оценкам [3], более 90% самодеятельных туристов направляется на черноморское побережье.

Большая часть самодеятельных туристов останавливается в индивидуальных средствах размещения или сезонных кемпингах. Услугами индивидуальных средств размещения пользуются в основном жители России (95–99%) и незначительное количество (1–5%) иностранных граждан.

Количество организованных туристов последние годы остаётся стабильным – около 2,4–3 млн чел. в год. В 2012 г. численность лиц, обслуженных коллективными средствами размещения, составило 2 470 145 чел., из них размещено по путёвкам 54,2% (1 339 867 чел.). Три четверти организованных туристов выбирают отдых на черноморском побережье [5].

По оценкам Комитета статистики [3], количество однодневных посетителей курортной зоны Краснодарского края превышает 2,5 млн чел. за год. Распределение однодневных посещений по турцентрам края выглядит следующим образом [3]: 22,5% однодневных посетителей направляются в Туапсинский район; 19,2% – в город-герой Новороссийск; 11% – в Краснодар; 9,7% – в Темрюкский район; 7,9% – а Анапу; 7,2% – в Геленджик; 6,3% – в Ейский район. Доля остальных МО не превышает 5%.

Важнейший фактор развития туротрасли – инфраструктурная обеспеченность, и в первую очередь обеспеченность средствами размещения. В крае насчитывается 947 коллективных средств

размещения (без учёта мини-гостиниц) с общим фондом 76,5 тыс. номеров. Число коллективных средств размещения и мест в них за последние три года устойчиво сокращается: на 21% сократилось число коллективных средств размещения, на 8% – количество номеров в них и на 9% – количество мест. В Сочи снижение составило почти 65%, в Геленджике – 38%, в Туапсинском районе – 18%. Это можно объяснить увеличением конкуренции со стороны частных мини-гостиниц, которые при более высоком уровне сервиса и комфортабельности имеют цены в 1,5–2 раза ниже. На этом фоне растёт (более чем на 55%) количество коллективных средств размещения в городе-курорте Анапа. В целом по региону число номеров в коллективных средствах размещения снизились значительно меньше, чем количество мест (коек) в них. Возможно, это свидетельствует об увеличении доли более комфортабельных номеров в структуре номерного фонда. Эта тенденция не характерна только для Анапы и Туапсинского района. Вместе с тем не отмечается снижения численности обслуженных лиц, что объясняется увеличением эффективности использования наличных мест.

В крае насчитывается 472 санаторных комплекса [3], более 88% из них расположены на черноморском побережье (Сочи, Туапсинский район, Геленджик, Новороссийск, Анапа, Темрюкский район). Однако за последние 5 лет количество специализированных средств размещения в целом по краю сократилось более чем на треть, особенно в Анапе, Геленджике, Сочи, Темрюкском и Туапсинском районах. В целом по Краснодарскому краю количество мест снизилось на 52,6 тыс. коек и составило на 1 января 2013 г. 126,7 тыс. Это связано, вероятнее всего, с массовым перепрофилированием санаторно-курортных предприятий в последние годы.

Выглядит закономерным и снижение в последние годы на треть лиц, лечившихся и отдыхавших в специализированных средствах размещения Краснодарского края. На 265,9 тыс. чел. снизилось это количество в Сочи, на 82,2 тыс. чел. в Геленджике, на 50,3 тыс. чел. в Анапе и на 142,3 тыс. чел. в Туапсинском районе. Небольшой рост клиентов специализированных средств размещения наблюдался лишь в Краснодаре (на 8 тыс. чел.), Лабинском (на 5,5 тыс. чел.) и Славянском (на 2 тыс. чел.) районах [1].

Сезонные кемпинги обслуживают около десятой части самодеятельных туристов. В крае насчитывается 83 действующих

сезонных кемпинга (на 25 единиц меньше, чем тремя годами раньше). Услугами кемпингов в основном пользуются жители Краснодарского края и ближайших субъектов РФ, которые приезжают в курортную зону на выходные. Поэтому средняя продолжительность пребывания в них 2 дня.

В последние годы туристские фирмы региона развиваются очень динамично. Стоимость реализованных ими турпакетов увеличилось более чем вдвое. Количество туроператоров на туристском рынке региона за последние 5 лет снизилось в 2 раза, а экскурсионных организаций – на 14%. Этот факт, вероятно, можно объяснить ужесточением туристского законодательства.

Сегмент экскурсионного обслуживания отдыхающих в регионе также активно развивается. По официальным данным [3], с 2008 по 2012 г. численность клиентов экскурсионных организаций увеличилась почти вдвое.

Таким образом, ситуация в курортных МО Кубани вполне отражает общие тенденции развития туристско-рекреационного комплекса России. Как справедливо отмечено В.В. Хряковым [7], российские курорты переживают сложный период своего развития, так как сокращается число санаторных предприятий и лиц, получающих курортное лечение. Курорты по многим параметрам ослабили исполнение своих социальных функций. Сейчас быстро растёт приоритет туристского бизнеса над санаторно-курортным обслуживанием населения.

Список использованных источников

1. *Камбарова Е.А., Чагина А.В.* Современный уровень развития туризма в Краснодарском крае и его муниципальных образованиях / Факторы устойчивого развития регионов России: монография. Кн. 18. Новосибирск, 2014.

2. Итоги социально-экономического развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края за 2013 г. / Официальный сайт министерства курортов и туризма Краснодарского края. URL: http://min.kurortkuban.ru/

3. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края 2008–2012 гг.: стат. сб. Краснодар, 2013.

4. *Астапов М.Б., Гурбанов А.А., Комаревцева Н.А*. Современное состояние и перспективы развития туристско-рекреационного

комплекса Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2013.

5. *Камбарова Е.А. Чайка И.Г.* Современное состояние и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса муниципальных образований Краснодарского края / Вопросы географии. Сб. 139 «Теория и практика туризма». 2014.

6. Стратегия развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г. Краснодар, 2012.

7. *Хряков В.В.* Организационное и экономическое обеспечение развития курортов в современной России: автореф. дисс. … д-ра. эконом. наук. М., 2008.

Ю.И. Карпова

РЕСУРСЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Кубанский государственный университет

Summary: In the Russian Federation, social tourism is given priority after the third degree of inside and incoming tourism. Despite the availability of resources for the development of beach invalid tourism in the Krasnodar region, about 550 beaches, to date, only a small number of them are equipped for a comfortable stay and rehabilitation of people with disabilities.

Keywords: Social tourism, invalid tourism, Krasnodar region.

На сегодняшний день такая концепция туризма как «социальный туризм» с каждым годом приобретает все большую значимость. В Российской Федерации социальному туризму дается третья степень приоритета после внутреннего и въездного направлений туризма.

Каждый гражданин имеет право на отдых, в соответствии с Конституцией РФ, кроме того, поощряется создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительность.

Правительство РФ, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, организации независимо от организационно-правовых форм и форм собственности создают

условия инвалидам для свободного доступа к объектам социальной инфраструктуры, в т.ч. местам отдыха. Согласно Законодательству РФ, гарантируется государственная поддержка (в том числе предоставление налоговых и иных льгот) предприятий и организаций, осуществляющих санаторно-курортное лечение.

Инвалиды и дети-инвалиды имеют право на санаторно-курортное лечение в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида на льготных условиях. Инвалиды I группы и дети-инвалиды, нуждающиеся в санаторно-курортном лечении, имеют право на получение на тех же условиях второй путевки для сопровождающего их лица.

Неработающим инвалидам, в том числе находящимся в стационарных учреждениях социального обслуживания, санаторно-курортные путевки выдаются бесплатно органами социальной защиты населения.

Работающие инвалиды обеспечиваются санаторно-курортными путевками по месту работы на льготных условиях за счет средств социального страхования.

Инвалидам предоставляется 50% скидка со стоимости проезда на междугородных линиях воздушного, железнодорожного, речного и автомобильного транспорта с 1 октября по 15 мая и один раз (проезд туда и обратно) в другое время года. Инвалидам I и II групп и детям-инвалидам предоставляется право бесплатного проезда один раз в год к месту лечения и обратно, если законодательством РФ не установлены более льготные условия.

По данным пресс-службы отделения пенсионного фонда РФ по Краснодарскому краю, на Кубани общее количество граждан, которым в связи с инвалидностью установлены ежемесячные денежные выплаты, превышает 412 тыс. чел. Из них – более 51 тыс. инвалидов I группы, более 214 тыс. инвалидов II группы, более 129 тыс. инвалидов III группы, более 17 тыс. детей-инвалидов до 18 лет.

На территории Краснодарского края находятся курорты федерального значения, краевого значения и курорты местного значения в пределах их административных границ. Большая часть курортов работает круглогодично. В высокий сезон приезжают, в основном, для развлекательного отдыха на пляже. В межсезонье жара спадает, уменьшается наплыв туристов, и создаются отличные условия для лечения и реабилитации в местных санаториях.

В связи с проведением олимпиады 2014 г. регион получил значительные материальные дотации, кубанские курорты обновили лечебно-диагностическую базу и номерной фонд, многие гостиницы приведены к единой «звёздной» классификации. Кроме того, в Большом Сочи теперь все курорты и общественные места оборудованы для комфортного отдыха и реабилитации людей с ограниченными возможностями.

Регион прошел отбор на участие в 2015 г. в государственной программе РФ «Доступная среда».

Министерством труда и социальной защиты России принято решение о предоставлении в 2015 г. Краснодарскому краю субсидии из федерального бюджета в размере более 137 млн руб. на софинансирование мероприятий краевой программы «Доступная среда» [3]. На эти средства будут обустроены для беспрепятственного доступа инвалидов учреждения здравоохранения, образования, спорта и физической культуры, социальной защиты, пешеходные переходы и остановки, приобретен доступный общественный транспорт. В Краснодарском крае протяженность береговой полосы 128 км под пляжи используется только 36,5 км. в крае насчитывается около 550 пляжей. Из них – 110 детских. На ежегодном конкурсе «Курортный Олимп» в номинации «лучший пляж» Краснодарского края с 2005 г по 2014 г. победителями стали следующие пляжи (см. табл. 1).

Табл. 1 – Победители, номинанты и участники ежегодного конкурса «Курортный Олимп» в номинации «лучший пляж Краснодарского края» (2005–2014 гг.) (по данным http://www.kurortkuban.ru)

Муниципальное образование	Название пляжа	Организация ответственная за пляжную территорию	Наличие спусков для людей с ограниченными возможностями	Победители, номинанты и участники конкурса «Курортный Олимп»
Туапсинский район	«Городской пляж»	ООО «Туапсе Бизнес Курорт»	нет	1 место 2005, 2006
город-курорт Анапа	Муниципальный городской пляж	МУП «ОКУ»	есть	1место 2007,2009, 2011, 2014
г. Новороссийск	Муниципальный пляж «Суджукская коса»	ООО «Лилия-Р»	есть	1 место 2012

Продолжение табл. 1

г. Новороссийск	Муниципальный пляж «Алексино»	ООО «Лилия-Р»	есть	1 место 2008
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Ривьера» Центральный район	ООО "Фундаментрегион"	есть	1 место 2010
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Приморский» Центральный район	ООО «Морской скат»	нет	номинант
Темрюкский р-н	Муниципальный пляж «Центральный»	ИП Дандина	нет	номинант
город-курорт Геленджик	Муниципальный пляж пос. Дивноморский	ООО «Паритет»	есть	номинант
город-курорт Геленджик	Муниципальный пляж «Центральный»	МУП «БХО»	есть	номинант
город-курорт Геленджик	Муниципальный пляж п. Кабардинка	ООО «Пирей»	нет	номинант
город-курорт Геленджик	Муниципальный пляж пос. Архипо-Осиповский	МУП «Коммунальщик»	нет	номинант
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Чайка- 1» Адлерский район	ИП Дорогинина	есть	номинант
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Чайка- 2» Адлерский район	ИП Дорогинина	есть	номинант
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Огонек-1» Адлерский район	ИП Дорогинина	есть	номинант
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Дагомыс» Лазаревский район	ИП Корних Э.А	есть	участник
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Лазурный» Лазаревский район	ИП Товадов Э.А.	нет	участник
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж пос. Лоо Лазаревский район	ООО «Лазаревский пляж»	нет	участник
город-курорт Сочи	Муниципальный пляж «Вардане» Лазаревский район	ООО «Олимп-2014»	нет	участник
Ейский район	Муниципальный пляж « Городской пляж»	МУП «ККБУ»	нет	номинант
Приморско-Ахтарский район	Муниципальный пляж городского поселения	МКУ «Спасцентр» Приморско – Ахтарского городского поселения	нет	участник

Из данных табл. 1 видно, что далеко не все лучшие пляжи побережья Черного и Азовского морей Краснодарского края имеют специальное оборудование для инвалидов.

В Сочи для курортников открыто 82 городских пляжа. Кроме того, для горожан и тех, кто прибыл на отдых в Сочи, доступны 114 пляжа, принадлежащих санаториям и пансионатам. Доступно для людей с ограниченными возможностями – 5.

В Новороссийске обустроено 2 пляжа. Один расположен на Суджукской косе, а другой – в поселке Алексино. По словам старшего госинспектора новороссийского участка ГИМС регионального МЧС Д. Полонского: «появление в Новороссийске обустроенных пляжей для людей с ограниченными возможностями – это первый опыт подобного рода. Люди со всей России приезжают в Новороссийск, потому что многие инвалиды пока стесняются отдыхать среди здоровых людей». Зона отдыха оснащена всем необходимым: есть навесы, лежаки, санитарно-бытовые помещения. Постоянно дежурят спасатели и медицинский персонал. Еще очень важно, что все пляжные услуги инвалидам предоставляются бесплатно [4].

Помимо Новороссийска, подобные пляжи с плавучими колясками для инвалидов есть на побережье Геленджика – 2 и Анапы – 1, помимо принимающего участие в конкурсе Муниципального городского пляжа, на пляжах «Лечебный», «Санта фее», «Евро Пляж», «Центральный», «Джемете 1-2-3», «Витязево», «Благовещенский» установлены деревянные дорожки-настилы к береговой полосе. На пляже «Малая бухта» была построена специально оборудованная купальня для удобного и безопасного спуска на воду маломобильных граждан.

По словам министра курортов и туризма Краснодарского края Е.В. Куделя: «курорты Краснодарского края рассчитывают принять в 2015 г. более 13 млн туристов, что на 6% больше, чем было в 2014 г., когда регион посетили 12,3 млн. гостей». [1]

В связи тем, что основной турпоток составляют жители Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга, и что основная нагрузка придется на Сочи, Анапу и Геленджик, целесообразно развивать для пляжного инвалидного туризма, в том числе и Новороссийск.

Список использованных источников

1. Краснодарский край в 2015 г ожидает роста турпотока на 6%. РИА Новости. URL: http://ria.ru/tourism/
2. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Карпова Ю.И.* Туристско-рекреационный комплекс краснодарского края: удовлетворенность отдыхающих как отражение современного состояния / Глобальный научный потенциал. 2014. №8(41).
3. Минтруда РФ выделит Кубани 137 млн. руб. на мероприятия краевой программы «Доступная среда». Интернет – дневник Краснодарского края. URL: http://www.livekuban.ru/news/obshchestvo/
4. В Новороссийске оборудовали пляж для инвалидов. Информационный портал. URL: http://krasnodar.bezformata.ru/
5. Санаторно-курортное лечение инвалидов. Сайт для людей с ограниченными возможностями «Дверь в мир». URL: http://doorinworld.ru/stati/728.

Е.С. Кирсанова, Э.А. Рыживолова,
Ю.А. Стародубцева

КОМПЛЕКС ПИТАНИЯ В КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОМ ХОЗЯЙСТВЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The article describes the structure of the resort complex of Krasnodar region. Indicated the role of nutrition in sanatorium treatment.

Keywords: resort complex, diet, natural healing resources.

Наиболее освоенный и имеющий давнюю историю, один из ведущих курортных регионов Российской Федерации – Черноморское побережье Краснодарского края. На территории края есть курорты федерального значения: Анапа, Геленджик, Сочи и курорты краевого значения: Ейск, Горячий ключ и Туапсинский район [4].

В структуре курортно-рекреационного хозяйства принято выделять две основных составляющих: собственно рекреационные учреждения и обслуживающие предприятия. Совокупность

учреждений санаторного лечения, отдыха, туризма и обслуживающих предприятий, предназначенная для удовлетворения рекреационных потребностей населения путем использования природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов конкретной территории, представляет курортно-рекреационное хозяйство. В курортно-рекреационном хозяйстве выделяют определенную специфику, позволяющую определить основные направления использования санаторно-курортных комплексов для социально-культурного сервиса и туризма, например, лечебно-оздоровительные (санатории и пансионаты с лечением; оздоровительного отдыха (дома, пансионаты и базы отдыха); туризма (туристские базы, гостиницы, мотели, кемпинги, альплагеря); кратковременного отдыха; организации отдыха детей [3].

Курорты располагаются в природных местностях, характеризующихся лучшими рекреационными ресурсами, развитой инфраструктурой и материальной базой туризма. К санаторно-курортным организациям и учреждениям относят санатории, курортные поликлиники, водо- и грязелечебницы, пансионаты с лечением. Все они имеют статус лечебно-профилактических учреждений, и (вне зависимости от организационно-правовой формы, вида собственности, ведомственной принадлежности) должны иметь надлежащее разрешение и лицензию на осуществление профессиональной деятельности, квалифицированный персонал.

Функциональная типология учреждений курортно-рекреационного хозяйства, согласно Ю.А. Веденину, определяется общественной функцией и технологией деятельности. Рекреационная деятельность человека выполняет три основные общественные функции: медико-биологическую, социально-культурную и экономическую. Медико-биологические потребности рекреанта реализуются через питание, сон, движение; социально-культурные – через познание, общение и оздоровление. Рекреационная деятельность возможна только на территориях, располагающих определенными условиями или обстановкой. Питание и сон являются естественной основой рекреации, обеспечивают простое воспроизводство затраченных физических и нервных сил человека [3].

Природными и лечебными ресурсами курортов являются минеральные воды, лечебные грязи, рапа лиманов и озер, лечебный климат, другие природные объекты и условия, используемые для

лечения и профилактики заболеваний и организации отдыха. Лечебные свойства природных объектов и условий устанавливаются на основании научных исследований, многолетней практики и утверждаются федеральным органом исполнительной власти, ведающим вопросами здравоохранения.

Основным хозяйствующим субъектом рекреационно-туристского комплекса является санаторий, здравница, лечебно-оздоровительное учреждение, располагающееся, как правило, в местностях, обладающих лечебно-оздоровительными природными ресурсами, то есть на курортах. Санаторий на курорте предназначен для лечения преимущественно естественными природными лечебными ресурсами (климат, минеральные воды, грязи). Широко используются климатолечение, бальнеотерапия, гидротерапия, внутреннее применение минеральных вод, физиотерапия, лечебная физкультура, диетотерапия, с использованием индивидуального и общесанаторного режима [3].

Важным рекреационным фактором является лечебное питание. Пищевые вещества, подобранные определенным образом, могут оказывать лечебное воздействие, способствующее ликвидации болезненного процесса. В иных случаях лечебное питание повышает эффективность действия медикаментозных средств, физиотерапевтических и других процедур.

Диетотерапия является важнейшим компонентом оздоровительного процесса на курорте. Главным воздействием является регулярность питания, состав и способ приготовления пищевых продуктов, особо назначаемый врачом сообразно принятому курсу профилактики, оздоровления или лечения.

Основными принципами составления пищевого рациона являются: калорийность, соответствующая энергозатратам организма; вкусовые качества блюд; определенное соотношение количества белков, жиров, углеводов; удовлетворение потребности организма в витаминах, аминокислотах, минеральных солях и воде; сбалансированное поступление в организм белков и жиров животного происхождения; верное распределение приема пищи по калорийности в течение суток.

Условно, питание подразделяют на рациональное (для здорового человека), лечебное (для больного человека) и профилактическое. Лечебное питание (диетотерапия) строится на основе физиологии, биохимии и гигиены питания, знаний о роли отдельных пищевых

веществ, их сбалансированности и режима приема пищи. Все диеты разрабатываются с учетом причин и механизмов заболеваний, форм их лечения, особенностей пищеварения и обмена веществ у здорового и больного человека. В 1922–1923 гг. в Институте курортологии под руководством проф. М.И. Певзнера, были разработаны лечебные диеты, позже внедренные в санаториях.

Курорт как сегмент туристского рынка способствует экономическому развитию региона, созданию рабочих мест, получению дохода, содействует зарубежным обменам и развитию других секторов экономики, экологическому эффекту (поддержанию в хорошем состоянии местных достопримечательностей), пропаганде национальных культур и традиций.

Концепция нового курорта основывается на трех важных тезисах – поощряет отдых, развлечения, спортивную, учебную и познавательную деятельность. Большой курорт предоставляет многообразные услуги и удовлетворяет специфические интересы туристов. Курорты возникают в уникальных природных районах и востребуют местные достопримечательности.

Санаторно-курортный комплекс края все более откликается на спрос современных покупателей, модернизируя оздоровительную базу и расширяя ассортимент собственных предложений. Всплеск спроса на лечебно-оздоровительные услуги в России случился в 2009 г., при этом предложения лечебно-оздоровительных услуг на курортах Краснодарского края можно получить, как в специализированных здравницах и санаториях, так и в отелях [2].

По данным 2012 г. в Краснодарском крае на территории 278 сезонных и 205 круглогодичных специализированных (санаторно-курортных) средств размещения функционировало 440 предприятий, оказывающих услуги общественного питания, в том числе лечебное и профилактическое. Курорты Краснодарского края предлагают и ряд дополнительных услуг, в том числе и по организации туров выходного дня, которые можно провести с пользой для организма в целом.

Интересными представляются предложения туроператоров, включающих дополнительные услуги, продвигающих гастрономические туры в рамках развлекательных, познавательных или лечебных туристских маршрутов [1]. Большое число санаторно-курортных учреждений Краснодарского края оказывают предложения бальнеологического лечения и грязелечения: в Горячем Ключе,

Ейске, Анапе, Туапсинском районе, Сочи, Геленджике и Краснодаре. Наибольшее количество здравниц принимает больных с заболеваниями нервной системы, органов дыхания, органов пищеварения [5]. Отдых и оздоровление в период межсезонья становятся более экономичным, стоимости понижаются на 20–50%.

В регионе с его оригинальным комплексом природных и оздоровительных условий сейчас функционируют более 1500 гостиничных предприятий и санаторно-курортных учреждений. Из общего числа специализированных средств размещения Краснодарского края наибольшая часть приходится на санатории и пансионаты с лечением – 64,5%, на базы отдыха и туристские базы – 19%, на пансионаты и дома отдыха – 13,6%. Санаторно-курортный и туристский комплекс края каждый день развивается, вводятся инновационные способы лечения и совершенствуется техническая база предприятий [6]. Благодаря профессиональным сотрудникам и серьезной материальной основе курорты Краснодарского края принимают в год более 11 млн чел. Ежегодно курорты Краснодарского края расширяют диапазон предложений, предлагаемых для туристов.

Список использованных источников

1. *Линькова А.А., Максименко А.Г.* Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.
2. *Максименко А.Г.* К вопросу об оптимизации рекреационного природопользования / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.
3. *Третьякова Т.Н.* Основы курортного дела. М., 2008.
4. ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23.02.1995 г. №26-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.).
5. Экономическая и социальная география Краснодарского края / Под ред. В.И. Чистякова. Краснодар, 2012.
6. *Камбарова Е.А., Чагина А.В.* Современный уровень развития туризма в Краснодарском крае и его муниципальных образованиях / Факторы устойчивого развития регионов России: монография. Кн. 18. Новосибирск, 2014.

Н.А. Комаревцева, С.М. Аванесова

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Specialised accommodation facilities are part of the tourist industry of Krasnodar region and belong to the category of collective accommodation facilities. During the study period 2009-2015. Dynamics observed reduction specialized accommodation facilities and the number of rooms (rooms) in them. Distribution of specialized accommodation facilities in the Krasnodar Territory uneven.

Keywords: Specialized accommodation, Krasnodar region, the dynamics of the industry placement.

Специализированные средства размещения являются частью туристской индустрии Краснодарского края и относятся к разряду коллективных средств размещения – это санаторно-курортные организации (санатории, профилактории, пансионаты с лечением, оздоровительные лагеря), организации отдыха (дома, пансионаты, базы, кемпинги), туристские базы и туристские теплоходы.

Санатории и пансионаты с лечением – лечебно-профилактические организации, оснащенные койками и обеспечивающие больным за определенный промежуток времени реабилитационное лечение, главным образом на основе использования целебных свойств природных лечебных факторов (климата, минеральных вод, лечебных грязей и др.). Располагаются, как правило, в пределах курортов и лечебно-оздоровительных местностей.

Санатории-профилактории – лечебно-профилактические организации, оснащенные койками, действующие при организациях, обеспечивающие лечебно-оздоровительные мероприятия работникам без отрыва от производства, в свободное от работы время.

Дома, пансионаты, базы и другие организации отдыха – организации, предназначенные для отдыха, в которых отдыхающим на определенный срок обеспечены размещение и питание или только размещение, а также туристско-экскурсионное обслуживание. Как

правило, предприятия расположены в пределах курортов, в лечебно-оздоровительных местностях, пригородных зонах.

Туристская, спортивная база – специализированное средство размещения для практически здоровых людей, предоставляющее комплекс туристско-экскурсионных услуг, услуг по культурному досугу, активному отдыху (спортивно-оздоровительному) на основе использования природных и туристских объектов и условий.

Кемпинги – коллективное специализированное средство размещения на закрытых площадках, представляющее летний лагерь для автотуристов с палатками, автофургонами, автоприцепами, домами на колесах, туристскими хижинами или другими домиками легкого типа, подъездными путями и местами парковки автотранспорта [1].

Тенденции развития специализированных средств размещения строятся на основании анализа состояния и развития данного сектора коллективных средств размещения, объема туристского потока и финансово экономической деятельности предприятий этой сферы.

Анализ состояния и развития специализированных средств размещения производится на основании динамики количества этих предприятий, числа номеров (комнат) и рассредоточения этих организаций по муниципальным образованиям Краснодарского края.

На протяжении исследуемого периода 2009–2015 гг. наблюдается динамика сокращения специализированных средств размещения и количества номеров (комнат) в них. В 2013 г. по отношению к 2009 г. количество организаций уменьшилось на 25,4%, число номеров сократилось на 18,5%. В результате число мест (коек) в месяц максимального развертывания уменьшилось на 21,3%, вследствие чего динамика численности размещенных лиц также имеет тенденцию спада.

Сокращение числа специализированных средств размещения наблюдается у всех организаций этого типа. Число санаториев, пансионатов с лечением и санаторно-оздоровительных лагерей в период 2009–2013 гг. сократилось на 21%, а число коек (мест) в них уменьшилось на 18,1%. Количество баз отдыха и турбаз сократилось на 38,3%, количество мест – на 31,4%. Наибольший регресс произошел в развитии домов и пансионатов отдыха: в течение исследуемого периода их количество уменьшилось на 81%, а число мест – на 72,8%. Подобная динамика свидетельствует о деградации

специализированных средств размещения и тенденции спада этого сектора коллективных средств размещения.

Распределение специализированных средств размещения на территории Краснодарского края неравномерно. Наибольшее число этих предприятий расположено в Туапсинском районе, составляя в среднем (за период 2009–2013 гг.) 31,3% от общего числа специализированных средств размещения края. На втором месте по числу этих предприятий г. Сочи, сосредотачивающий в среднем 21% общего числа предприятий. Замыкает тройку лидеров г. Анапа, где представлено в среднем 14,2% всех специализированных средств размещения региона.

Следующий этап – анализ динамики количества размещенных лиц в специализированных средствах размещения Краснодарского края. В 2013 г. по отношению к 2009 г. количество размещенных человек уменьшилось на 19,1%. В период 2009–2015 гг. у преобладающего числа лиц более востребованными являются санатории и пансионаты с лечением, составляя в среднем 69% от общего числа размещенных лиц. Наименьшей популярностью в течение всего анализируемого периода пользуются санатории-профилактории, разместив в среднем 1,6% всех принятых лиц. Наибольший спад туристского потока наблюдается в дома и пансионаты отдыха – сокращение произошло более чем в 4,5 раза. На основании статистических данных наблюдается сокращение туристского потока в специализированные средства размещения, чему способствует уменьшение количества этих предприятий и числа коек (мест) в них.

В 2013 г. по отношению к 2009 г. объем доходов специализированных средств размещения увеличился на 10,3%. По отношению к 2008 г. можно отметить активный рост потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги, которые в 2013 г. увеличились на 62%. В период 2009–2015 гг. стоимость размещения в санатории за сутки с человека увеличилась на 16,4%, в доме отдыха и пансионате стоимость возросла на 29,7%, что может свидетельствовать о сокращении числа организаций с доступными ценами.

Динамика увеличения объема инвестиций в основной капитал санаторно-курортных учреждений, пансионатов и домов отдыха свидетельствует о поддержке специализированных средств размещения. В период 2009–2015 гг. инвестиции в основной капитал

санаторно-курортных учреждений увеличились на 12,4%, пансионатов и домов отдыха – в 2,9 раза. Несмотря на увеличение инвестиций, общий объем инвестиций в специализированные средства размещения минимален. В 2013 г. общий объем вложенных средств в санаторно-курортные учреждения, пансионаты и дома отдыха составил 20,8% против 79,2% инвестиций в гостиничные предприятия.

Подводя итог анализа тенденций развития индустрии специализированных средств размещения Краснодарского края следует заключение, что этот сектор коллективных средств размещения теряет свою популярность и востребованность. На протяжении пяти анализируемых лет в период 2009-2015 гг. наблюдается тенденция сокращения количества специализированных средств размещения и общего числа коек (мест) в них. Наряду с этим прослеживается тенденция спада туристского потока в эти организации, поскольку показатель численности размещенных лиц ежегодно уменьшается. Этот факт является вполне закономерным, поскольку стоимость размещения в специализированных средствах размещения активно растет по сравнению с другими туристскими услугами, а уровень потребительских цен на санаторно-курортные услуги увеличивается в среднем более чем на 10% в год.

При сохранении динамики, наблюдаемой в период 2009–2015 гг. к 2020 г. по отношению к 2013 г. количество специализированных средств размещения сократится на 68,3% и составит 166 организаций против 523 на конец 2013 г., а количество размещенных лиц уменьшится на 51,6% и составит 684,4 тыс. чел. против 1414 тыс. чел. на конец исследуемого периода 2009–2013 гг.

Список использованных источников

1. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края 2009-2013: стат. сб. Краснодар, 2014.

Д.А. Комаров, И.Н. Камышанский

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В КАРТОГРАФИРОВАНИИ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ г. ГОРЯЧИЙ КЛЮЧ

Кубанский государственный университет

Summary: In this article application of modern ways of mapping is described and visual representation of information on tourist objects and sights. Work is performed for the territory of Goryachy Klutch.

Keywords: Mapping, visualization, view, tourist objects.

В настоящее время г. Горячий Ключ является одним из важных курортов Краснодарского края. На его территории находится большое количество санаториев и пансионатов, позволяющих посетителям заботиться о своем здоровье, а туристические объекты дают возможность разнообразить свой досуг во время лечения [3]. В связи с этим у посетителей данного курорта возникает вопрос, какие объекты культурного наследия находятся в непосредственной близости от санаторно-курортного парка, а какие нет. Также немалую роль играет степень привлекательности той или иной достопримечательности [2]. Актуален поиск современных методов визуального представления информации на примере объектов природного и культурного наследия г. Горячий Ключ, что в итоге позволит пользователям, не выходя из дома оценить их привлекательность. Работа проводилась в геоинформационных и дизайнерских программах *ArcGIS, Kolor Autopano Giga, Kolor Panotour Pro, Adobe Photoshop CS5*. Полученные результаты позволяют глубже понять степень привлекательности каждого объекта посредством его визуального анализа.

Для решения вышеперечисленных задач использовалось три способа визуального представления информации о памятниках природного и культурного наследия. Это карта, на которой отображены достопримечательности Горячего Ключа, цифровая модель рельефа (ЦМР) района и виртуальный тур, включающий в себя панорамы с текстовой информацией об объектах. В качестве исходных данных были взяты координаты и общая информация о

каждой достопримечательности из печатной версии путеводителя по ним.

Работа по созданию карты территории Горячего Ключа велась в программном комплексе *ArcGIS* и включала в себя следующие этапы:

1) загрузка растра в программу *ArcMap*;

2) оцифровка объектов (дороги, населенные пункты, реки, достопримечательности, изолинии);

3) проверка карты на топологические ошибки;

4) создание легенды.

В результате была получена карта достопримечательностей территории Горячего Ключа (рис. 1).

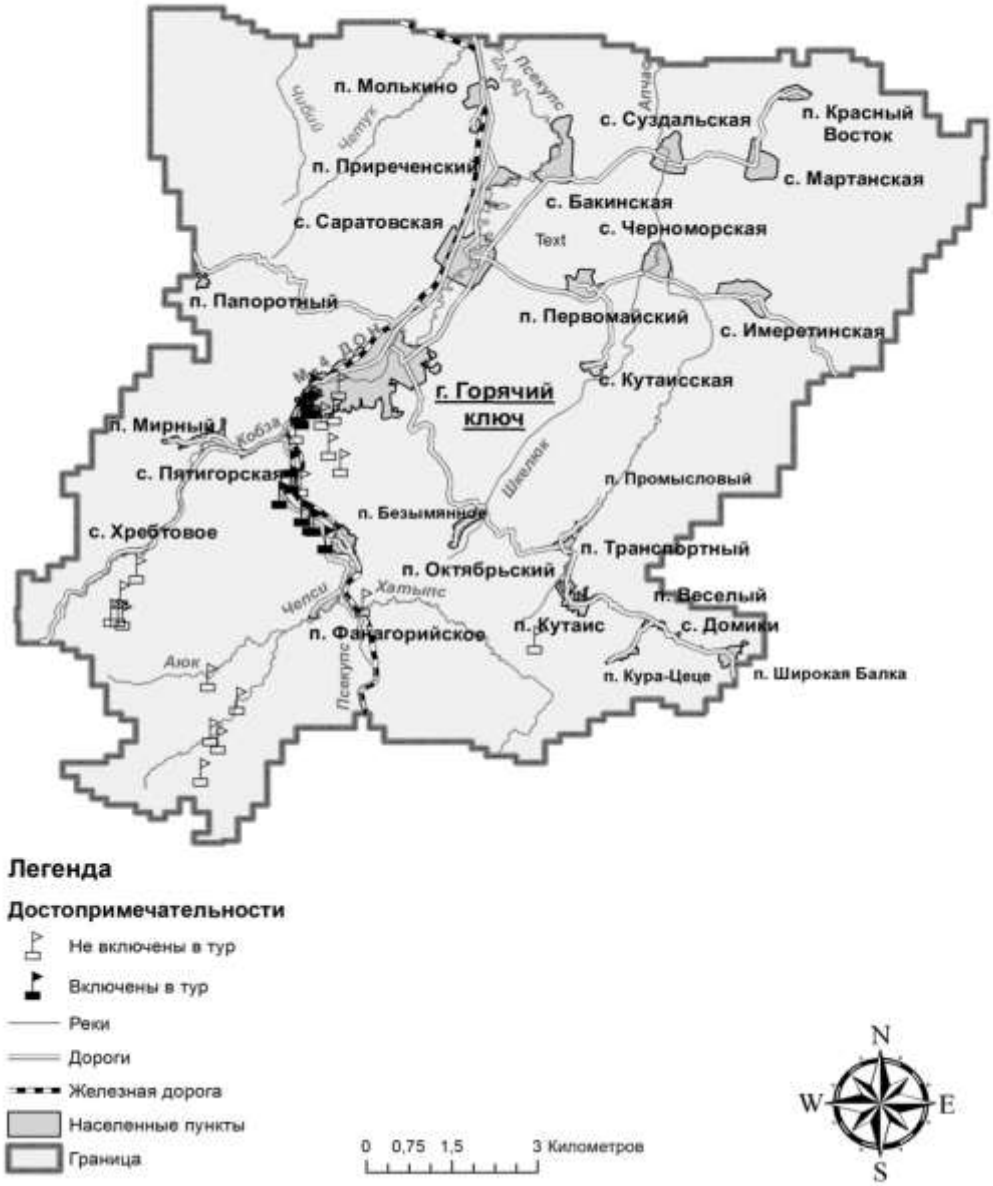

Рис. 1 – Карта достопримечательностей территории г. Горячий Ключ

Следующим способом визуального представления информации об объектах природного и культурного наследия явилось создание ЦМР данной территории. Это было реализовано путем экспорта необходимых файлов из программы *ArcMap* в программу *ArcScene* и заданием параметров, необходимых для трехмерной визуализации. В результате проделанной работы была создана трехмерная модель поверхности территории Горячего Ключа (рис. 2).

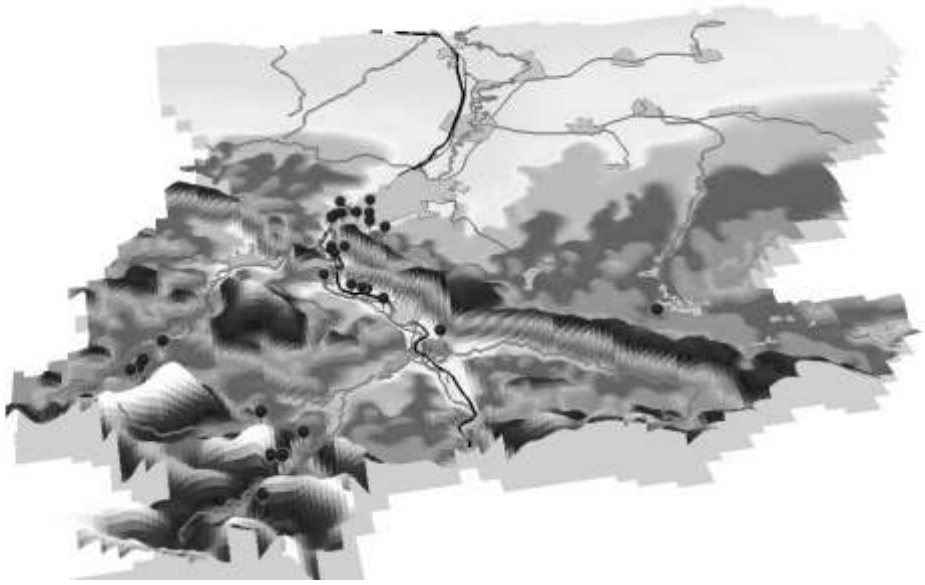

Рис. 2 – ЦМР территории Горячего Ключа

Последним наиболее наглядным и доступным для обычного пользователя визуальным способом отображения явилось создание виртуального тура по некоторым достопримечательностям. Работа над данным туром включала четыре этапа:

1) полевая съемка на местности;

2) создание панорам в программе *Kolor Autopano Giga*;

3) редактирование полученных панорам в программе *Adobe Photoshop CS5*;

4) создание виртуального тура в программе *Kolor Panotour Pro*.

В результате проделанной работы был создан виртуальный тур, включающий в себя 14 панорамных точек с текстовой информацией внутри каждой панорамы (рис. 3).

Так же были добавлены точки перехода внутри ряда панорам для упрощения пользования виртуальным туром [1]. Интерфейс полученного тура включает в себя навигационную карту достопримечательностей в левом верхнем углу внутри каждой панорамы и панель управления панорамой в нижней части экрана.

Рис. 3 – Интерфейс панорамного тура

Таким образом, было реализовано три способа представления информации:

1) цифровая карта;

2) цифровая модель рельефа;

3) виртуальный тур.

Наиболее информативным и наглядным, на наш взгляд, оказался третий способ – виртуальный тур. Он позволяет пользователю в большей степени оценить привлекательность каждой достопримечательности.

Список использованных источников

1. *Зурин В.И.* Пошаговый план создания панорамного тура. URL: http://masterpanoram.ru/

2. *Лотышев И.П.* География Краснодарского края. Краснодар, 2000.

3. *Нагалевский Ю.Я, Чистяков В.И.* Физическая география Краснодарского края. Краснодар, 2003.

Д.А. Комаров, И.В. Олейник

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В АНАЛИЗЕ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: This research is devoted to creation of the web-site about resorts of Krasnodar region. We were the basis for cartographical providing the web-site a series of the author's maps reflecting a current state of a recreational complex of the region.

Keywords: recreational complex of the region, geographic information systems, natural and resource potential.

Природно-ресурсный потенциал Краснодарского края характеризуется рекреационным разнообразием, что обусловлено сочетанием равнинных, приморских, предгорных и высокогорных ландшафтов, наличием различных типов минеральных вод, лечебных грязей, а также довольно комфортными климатическими особенностями.

В связи с этим Краснодарский край является комплексным центром оздоровления, отдыха и туризма, располагающим сетью разнообразных предприятий, специализирующихся на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительного, морского, водного, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха [1].

В последнее время все чаще в рекреационных исследованиях применяются современные геоинформационные системы (ГИС). На кафедре геоинформатики КубГУ была проведена работа, направленная на применение геоинформационного инструментария в целях картографирования различных рекреационных характеристик и показателей для их последующего анализа.

Была поставлена цель исследования: с помощью ГИС-технологий изучить и проанализировать современное состояние рекреационного хозяйства Краснодарского края.

Для достижения указанной цели потребовалось:

– рассмотреть понятие рекреационных ресурсов и изучить основные виды туризма;

– оценить рекреационные возможности края;

– провести исследования отдельных территорий и выявить, какие виды рекреационной деятельности можно там развивать;

– создать карты отдельных статистических показателей, которые отражают современное состояние рекреационного хозяйства Краснодарского края;

– провести анализ полученного картографического материала;

– создать сайт «Курорты Краснодарского края».

Изготовление сайта было нацелено, прежде всего, на презентацию созданного картографического материала, чтобы он был доступен для всех заинтересованных пользователей, как в научных, так и в практических целях.

Для картографирования были выбраны следующие показатели: численность лиц, получивших амбулаторно-курортное лечение, оценка уровня туристской привлекательности мест пребывания туристов по пятибалльной шкале, численность лиц, лечившихся и отдыхавших в специализированных средствах размещения, доходы от предоставляемых (рекреационных) услуг, численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения, численность лиц, обслуженных коллективными средствами размещения, число гостиниц и аналогичных средств размещения, число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения по муниципальным образованиям Краснодарского края. В результате геоинформационной обработки статистических показателей была получена серия карт. Одна из них представлена на рис. 1.

В качестве исходных данных при создании карт был использован сборник, опубликованный Федеральной службой государственной статистики, а именно в Территориальном органе федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю (Краснодарстат) [2], а также геоинформационная программа ArcGIS.

В ходе исследования стояла также задача создания сайта «Курорты Краснодарского края». Сайт должен быть удобен в использовании, а его содержание иметь необходимую информацию для полного представления о развитии рекреационного хозяйства на Азовском и Черноморском побережьях Краснодарского края.

Рис. 1 – Пример карты, созданной на основе статистических данных

Сайт «Курорты Краснодарского края» был создан с помощью программы Joomla 1.5.7. Система на основе Joomla проста в установке, легко настраивается и при этом имеет большие возможности по администрированию. Установка данной программы требует создания своей собственной базы данных, без которой работа будет невозможна [3].

Для удобства работы с сайтом были установлены плагины, модули и компоненты. Рассмотрим их более подробно.

Первый плагин «*Mavik Thumbnails*» отвечает за то, чтобы при нажатии на картинку в любой статье она открывалась в новом окне.

Модуль «*Simple Image Gallery*» – довольно простой модуль галереи изображений для Joomla 1.5. Он отображает эскизы всех изображений каталога и при нажатии плавно открывает в полный размер в режиме «лайтбокс».

Плагин «*Sigplus Image Gallery Plus*» поддерживает форматы изображений: *.jpg, *.png и *.gif. Всплывающие окна используют эффекты Slimbox, Slimbox2, prettyPhoto, FancyBox и SexyLightbox. Доступно использование ссылки на скачивание оригинального

изображения. Изображения в галерее могут отображаться в виде фиксированных по размеру или с автоматической регулировкой, также они могут быть показаны в виде миниатюр или в виде карусели с прокруткой в любую сторону. Изображения могут использовать различные эффекты перехода.

Компонент «*Jumi*» установлен с тем, чтобы с помощью написанного скрипта отобразить на сайте текущее время и дату в Краснодарском крае.

Компонент «*Phoca Maps*» предназначен для того, чтобы в материалы можно было помещать карты любого размера, для любой территории, ставить отметки нужных географических объектов и добавлять всплывающие подсказки к объектам.

Фрагмент интерфейса созданного сайта представлен на рис.2.

Рис. 2 – Фрагмент интерфейса сайта «Курорты Краснодарского края»

Структура созданного сайта достаточно проста. Он содержит информацию о таких городах как Анапа, Геленджик, Туапсе, Сочи, Ейск, Новороссийск, Темрюк, а также о различных интересных и популярных местах у туристов в вышеперечисленных городах, о лучших отелях Азовского и Черноморского побережья, о картах-схемах расположения туристских объектов. Сайт станет незаменимым помощником для людей, любящих отдых и путешествия, так как Краснодарский край является одним из крупнейших рекреационных комплексов в Российской Федерации.

Список использованных источников

1. *Анисимов В.И.* Учебное пособие по рекреационной географии. Сочи, 2006.
2. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края 2008–2012: стат. сб. Краснодар, 2013.
3. Joomla 1.5.7 сайт своими руками. URL: http:// plohogo.net.

А.В. Куделя

ГОРНО-ПРЕДГОРНЫЕ РАЙОНЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: ГРАНИЦЫ, НАПРАВЛЕНИЯ И СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

ОАО «Апшеронск-Лагонаки»

Summary: The article discusses trends and specific tourism development in mountain and piedmont areas of the Krasnodar Territory. Reveals the issues of borders and composition of mountain and piedmont areas of Krasnodar region: in terms of geomorphology and economic geography.

Keywords: tourism, tourist product, mining and foothill areas.

В глобальной популярности туристских дестинаций горы являются вторыми после прибрежных регионов. В последние десятилетия во многих горных регионах происходят значительные социально-экономические изменения, главной чертой которых является интенсивное развитие туризма. Многие горные регионы относятся к периферии экономического пространства, что отрицательно сказывается на уровне жизни местного населения. Развитие туризма становится стимулом для местной экономики, положительно сказывается на уровне жизни местных жителей, вместе с тем оно является причиной новых экологических, социальных и экономических проблем [1]. Перспективы развития туризма в горно-предгорных российских регионах весьма привлекательны, в том числе и в Краснодарском крае. Географическое положение, климатические условия и уникальные ландшафты, а также наличие культурно-исторических

достопримечательностей и рекреационных ресурсов предоставляют возможности для развития туризма.

В последние годы объем инвестиций в туристскую сферу значительно вырос, в основном за счет существенного потенциала роста индустрии внутреннего туризма в долгосрочной перспективе и реализации программы развития внутреннего туризма, в том числе создание ОЭЗ туристско-рекреационного типа. В Краснодарском крае, к этому перечню можно добавить и подготовку к Олимпийским играм 2014 г. В результате в 2014 г. объем услуг курортно-туристского комплекса Краснодарского края по сравнению с 2013 г. увеличился на 18,3% (в сопоставимых ценах) до 34,9 млрд руб. На территории края в 2014 г. действовало 476 предприятий. Общее число мест в них составило 159,2 тыс. Посетившие в 2014 г. регион туристы принесли в бюджет 5,6 млрд руб., что больше уровня 2013 г. на 18,1%.

Горно-предгорные территории вызывают интерес у туристов, в том числе в связи с особенностями высотной поясности, климатических условий, разнообразия ландшафтов и т.п. Административные границы в таких регионах зачастую проходят по значимым природным объектам [1].

В соответствии с геоморфологическим толкованием, северная горная граница Краснодарского края проходит по линии Нижнебаканская – Эриванская – Азовская – Калужская – Саратовская – Имеретинская – Тверская – Краснооктябрьский (Адыгея) – Махошевская – Отрадная [2]. Согласно модели экономического микрорайонирования Краснодарского края выделяется предгорный юго-западный микрорайон, в административном отношении включающий Крымский, Абинский, Северский, Белореченский, Апшеронский районы и город-курорт Горячий Ключ и предгорный юго-восточный микрорайон состоящий из Мостовского, Лабинского и Отрадненского районов [3]. Анклавом является Черноморский микрорайон или горно-приморская полоса Краснодарского Причерноморья, административно включающая города-курорты Геленджик, Сочи и Туапсинский район [4]. С учетом предгорий, рассматриваемых как часть горных систем, имеющих холмистый или горный характер, сюда можно отнести также Курганенский и Успенский районы [2].

Между изучаемыми территориями имеются значительные контрасты в направлении развития и функционировании населенных

пунктов. Обладая огромным туристским потенциалом в части природных и культурно-исторических ресурсов, горно-предгорные районы Краснодарского края, к сожалению, проигрывают в конкурентоспособности горно-приморским территориям Причерноморья. Существующие туристские продукты не позволяют привлечь в эти территории большое число туристов, особенно иностранных, а отечественные отдыхающие выбирают благоустроенные горно-приморские территории, в том числе Красную Поляну.

Горно-предгорные территории Краснодарского края уникальны по своим возможностям – удивительные природные ландшафты со множество природных достопримечательностей – свыше 170 объектов туристического показа, что дает большие перспективы для развития и организации экскурсионной деятельности. Многие из этих достопримечательностей, уже известны, т.е. сформировались еще в советские времена и отдыхающие привыкли к ним. Местные жители края их уже посещали не раз, а для того, что бы приехали отдыхающие из Москвы, Санкт Петербурга, Вологды или Якутии нобходимо приложить дополнительные усилия. Отдыхающие из Анапы, Геленджика, Джубги могут попросту не поехать например в Северский район, думая, что же там можно посмотреть нового, опасаясь не найти в той дестинации объектов своего приключенческого интереса и приложения средств. Вот и приходится туристам «жариться» на солнцепёке, вкушая ароматную кукурузу, запивая домашним вином, и ездить не дальше получаса от места проживания на какой-нибудь водопад, грязевой вулкан или в шашлычную только лишь потому, что там не настолько жарко. А вот на самые популярные объекты показа, например, Гуамское ущелье, Планческие скалы, Азишская пещера, скала Петушок, Каверзинские водопады отдыхающие поедут скорее всего вопреки (иногда просто по пути), а не благодаря этим прекрасным местам. Многочасовой переезд по пробкам, не всегда с кондиционером и не всегда с хорошими удобствами вдоль трасс (точки общепита, туалеты, рынки) лишь только омрачают все впечатления.

В горно-предгорных районах Краснодарского края развивается не только горнолыжный туризм, но и сплавы по горным рекам, конный, вело- и мототуризм, а также пеший туризм (одно из приоритетных задач для предгорных и горных территорий). Например, в Мостовском районе Краснодарского края разработаны

четыре многодневных туристических маршрута. Ежегодно Мостовской район посещает около 20 тыс. туристов широкой аудитории он известен мало. Здесь пока недостает комфортабельных средств размещения и баз отдыха. Однако именно на этих территориях пролегают самые красивые туристские маршруты и открываются великолепные виды с высоты всего 200 м. Туристы не поедут, например, в Мостовской район только лишь из-за того, что там есть пятизвёздочный отель какого-нибудь известного брэнда. Едут что бы порыбачить, поохотиться, подняться по скалам, посетить пещеры, ущелья, дольмены, памятники природы, истории и т.п. то есть места из-за которых человеку хочется покинуть его привычное место проживания.

Отдыхающие должны ехать в горно-предгорные районы Краснодарского края уже зная, что там есть чем заняться, куда сходить, что посмотреть (кроме свалок, бродячего скота и какого-нибудь свежевыкрашенного памятника). Необходимо обустраивать места показа, маршруты пешие, велосипедные, конные. Создавать буквально с нуля парки приключений, экстрим парки. Основываясь на исторических фактах, высвечивать какие-то места археологии, этнографических ремёсел и т.п. Проводить туда достойную инфраструктуру и только потом строить объекты размещения.

В районах с немногочисленными объектами показа логично было бы заняться их созданием, открытием, формированием. Например, в Туапсинском районе есть дольмен и хороший панорамный вид со скалы. Отдыхающие вроде бы и посещают это место, но говорить о том, что бы там строить ресторан или гостиницу не приходится. Но вот если бы рядом появилось ещё что-то типа скального маршрута, памятного места, где останавливался проездом М.Ю. Лермонтов, маршрут джиппинга по труднопроходимым местам, термальный источник, лечебная грязь и т.п. Естественно, было бы уже совсем другое количество посещений. Соответственно увеличивается вероятность пользования услугами гостиниц, питания.

Поэтому, во-первых, необходимо разработать и установить схемы расположения объектов размещения для туристов, объектов туристического показа, мест, где оказываются услуги по охоте и рыбалке. Информация должна быть размещена на баннерах, вывесках, расположенных вдоль автомобильных трасс, ведущих в предгорные зоны. Во-вторых, реализовать потенциал Апшеронского района, который называют «медвежьим углом Кубани», чтобы

рекреационные ресурсы этой территории на сто процентов были вовлечены в хозяйственный оборот. В-третьих, еще один современный горнолыжный курорт необходим, т.к. спрос на зимний отдых в стране есть, а ёмкость Красной Поляны исчерпана. Географическое положение нагорья Лагонаки, по сравнению с Красной Поляной более благоприятно для горнолыжников, т.к. снег на его склонах лежит даже в июле и в августе. Сборная команда Советского Союза по горнолыжному спорту именно здесь готовилась к чемпионатам страны и Кубкам мира. И, наконец, в-четвертых, должна вестись подготовка инструкторов-проводников и экскурсоводов.

Краснодарскому краю необходимы достаточные инвестиции в инфраструктуру, в том числе в кооперации с государством – строительство дорог, сетей электро-, водо- и газоснабжения, а инвесторам нужны гарантии в виде различных прав владения и пользования объектами, земельными участками.

При наличии вышеперечисленного всегда будет возможно найти контакты с туроператорами, которые смогут загрузить район (с невысокой ценой, хорошим сервисом и отличными местами показа) посетителями и не только в летний сезон, но и в зимний и даже в унылое межсезонье.

Список использованных источников

1. *Дунец А.Н.* Туристско-рекреационное пространство горного трансграничного региона: автореф. дисс. ... д-ра геогр. наук. СПб., 2011.

2. *Коркина С.И.* Горно-предгорные районы и города Краснодарского края: экономико-географические и социально-демографические факторы развития: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Краснодар, 2004.

3. *Чистяков В.И., Филобок А.А.* К вопросу трансформации экономико-географического микрорайонирования на региональном уровне / Экологический вестник научных центров Черноморского экономического сотрудничества (ЧЭС). 2006. Прил. №1.

4. *Чистяков В.И., Филобок А.А., Некрасова М.Л.* Горно-приморская полоса Российского Причерноморья: проблемы расселения / Современные геоэкологические проблемы горных регионов Юга России. Карачаевск, 2003.

Л.М. Кудинова, Т.В. Богданова

ТРАНСПОРТНЫЙ ФАКТОР В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ЮГА РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: In the present article deals with the problems of the transport complex with regard to infrastructural provision of tourist and recreational areas of the regions of the South of Russia.

Keywords: use of transport , tourist and recreational complex.

Природный ресурсный потенциал Юга России является одной из главных предпосылок и предопределяет одно из важнейших направлений специализации региона – развитие сферы отдыха, которая в настоящее время выросла в приоритетную отрасль хозяйства: практически все его субъекты обладают тем или иным туристским потенциалом. В качестве основных потребителей туристских услуг традиционно рассматриваются российские туристы [6].

Транспортная система ЮФО отличается повышенной напряженностью, особенно в летнее время, когда наступает туристический сезон [4]. По итогам 2014 г., в связи с кризисной ситуацией в экономике, туристский поток внутри страны увеличился на 30%, что существенно увеличило нагрузку на транспортную систему.

Транспортное обслуживание туристов – это одна из составных частей индустрии туризма. Перевозка является одним из самых опасных этапов путешествия. Поскольку транспортные средства являются источником повышенной опасности, несмотря на то, что вопросы безопасности одни из центральных во всех вариантах перевозки, значительная часть неблагоприятных событий происходит именно на этапе перевозки [1].

Транспортное обслуживание, после перехода туризма в массовое явление, стало проблематичным. Проблемы коснулись не только транспорта общего пользования, но и специализированного, действующего в пределах туристских объединений. Эти проблемы можно свести к следующему:

1. необходимо создать материально-техническую базу транспорта общего пользования, отвечающего потребностям туризма;

2. усовершенствовать организацию работы транспорта;

3. необходимо повысить качество обслуживания туристов на транспорте.

Верное разрешение перечисленных вопросов объединено с необходимостью удовлетворения растущих потребностей в туристском обслуживании, кроме того необходимо повышать эффективность туристской деятельности.

Туристическая деятельность связывает две основные части – поездку и нахождение. Первая часть выступает как начальная, весьма динамичная фаза туризма. Она представляет собой транспортный процесс и представлена для удовлетворения потребности в пространственном перемещении, с перспективой смены местожительства туристов. Формирование транспорта и туризма это взаимосвязанный и взаимообусловленный процесс [3]. Следует уделять наибольшее внимание к повышению качества предоставляемых услуг, так как предпочтения туриста в большей степени определяются уровнем и качеством предоставляемого сервиса.

Транспорт, являясь средством доставки отдыхающих к рекреационным районам, оказывает непосредственное влияние на развитие курортов [4]. Выбор транспортного средства туристами зависит от уровня цен и продолжительности времени затрачиваемого на дорогу. Став массовым, характер туристских потоков дает толчок к появлению новых потребностей. Новые виды туризма повышают спрос на более высокий уровень, который требует от транспорта удовлетворения новых потребностей в его услугах.

В связи с многофакторностью проблемы конкурентоспособности туриндустрии ее решение должно проходить одновременно по различным направлениям. Условиями для наиболее эффективного развития туристского бизнеса выступают макроэкономическая устойчивость и институциональные преобразования, сосредоточенные на улучшении инвестиционного климата. Решение проблем в туриндустрии только с помощью отраслевых задач становится нецелесообразным, что связано с главной особенностью туристских услуг – невозможностью их пространственного перемещения. Основной задачей произведения туристских услуг является предъявление высоких требований к

инфраструктуре, так как без наличия сопредельных организаций невозможно совершить потребление. Отсюда следует, что общая деятельность туристских организаций, а также их совместная деятельность с объединениями непосредственного сервиса для путешественников и отдыхающих становится важнейшим обстоятельством при производстве товаров и услуг в туризме. Транспорт имеет основное значение, так как туристские перевозки являются основной и неотъемлемой частью туриндустрии [4].

В связи со сложившейся ситуацией в российской экономике, интерес к внутренним направлениям среди россиян существенно возрос – на 30%. Лидером по принятию гостей стал Краснодарский край и Крым, вошедший в состав Российской Федерации. В выездном туризме наиболее востребованным останется Сочи с его уникальной туристской инфраструктурой и обширным календарем массовых мероприятий. Нарастающую популярность города демонстрирует и поток отдыхающих, которые посетили курорт в первые две недели 2015 г. – более 370 тыс туристов. Крым в 2014 г. посетили 2 млн. россиян. Для повышения транспортной мобильности населения внутри страны разрабатывается комплекс мер по снижению тарифов для туристов, в том числе через субсидирование авиа- и железнодорожных перевозок, поддержку отечественных лоукостеров, уменьшение портовых, аэропортовых и агентских сборов. К числу ключевых задач функционирования транспорта следует отнести:

– увеличение суточной пропускной способности Керченской паромной переправы от 13 до 50 тыс чел. и от 3,5 до 10 тыс автомобилей;

– обеспечение бесперебойной отправки грузов в сторону Крыма;

– приобретение новых паромов и открытие новых грузовых линий;

– государственное субсидирование авиа- и железнодорожных перевозок (после вхождения Крыма в РФ государство оплачивает половину стоимости авиаперелёта на полуостров).

Высокими темпами будет развиваться инфраструктура туризма. По прогнозам в ближайшие 10 лет туризм мог бы оказать значительное влияние на экономику страны. Наиболее динамичный рост прогнозируется для индустрии транспортного обслуживания туристов, в частности для авиационного и железнодорожного транспорта.

Список использованных источников

1. *Абдулов А.П.* Транспортное обеспечение в туризме. М., 2004.
2. *Беликов М.Ю., Некрасова М.Л.* Курортно-рекреационный комплекс Краснодарского края / Экономическая и социальная география Краснодарского края / под ред. В.И. Чистякова. Краснодар, 2011.
3. *Бутт С.В., Кудинова С.М., Мысливка Е.В, Рябошапко В.П.* Роль транспортной системы в развитии туристско-рекреационного комплекса Юга России / Изв. Дагестанского гос. пед. ун-та. Естественные и точные науки. 2011. №2(15).
4. *Кудинова Л.М.* Транспортная система в развитии туристско-рекреационного комплекса Южного федерального округа. Краснодар, 2013.
5. *Рябошапко В.П.* Географические факторы рекреационного районирования России / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Вып. 6. Краснодар, 2011.
6. *Сидорова Д.В., Филобок А.А., Приходько А.В.* Инвестиционная политика в туристско-рекреационном комплексе регионов Юга России / Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер. Естественно-математические и технические науки. Майкоп. 2014. Вып. 2(137).

А.Г. Левченко

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Краснодарский университет
Министерства внутренних дел РФ

Summary: a requirement in sport-health services at the population of Russia grows constantly, but suggestion while is not able to satisfy existent demand, further market of sport-health services development is therefore needed, at active support of the state.

Keywords: sport-health services, sport club, fitness-industry, health of nation.

В настоящее время сформировалось одно из ведущих и перспективных направлений туристского рынка России – спортивно-

оздоровительные услуги. Потребность в них постоянно растет, а предложение рынка пока не способно удовлетворить спрос клиентов.

Физическое и социальное оздоровление общества, инициируемое активностью физкультурных организаций, и поддерживаемое модернизацией государственной политики, актуализирует целый ряд новых проблем и задач, способных быть решенными посредством деятельности спортивных научных институтов. Однако научно-методическое подкрепление вопросов развития оздоровительной физкультуры и массового спорта значительно отстает от исследований по проблематике спорта высших достижений, что было связано с историческим прошлым нашей страны [3].

В СССР было много спортивных клубов, но с развитием рыночных отношений их содержание стало непосильным бременем для обществ, которым они принадлежали. Как правило, все они либо были приватизированы еще до запрета на приватизацию спортивных учреждений, либо пришли в полный упадок. Физкультурно-оздоровительные комплексы (ФОК), которые не принадлежат спортивным клубам, также не решают задачи по предоставлению качественных услуг населению. Большая часть бывших советских ФОК неинтересна бизнесу и в конечном итоге потребителю. ФОК – это 1 500– 2 000 м^2 – бассейн, маленькие комнаты и коридоры. Бизнес на этом не построишь. ФОК оттягивают на себя 30% от всех занимающихся спортом для всех, но в основном это люди с низкими доходами. Основная часть фитнес-индустрии сегодня принадлежит частным организациям и клубам [5].

Сегодня фитнес-клубы в России посещают примерно 500 тыс. чел. – это лишь 0,3% населения. Для сравнения: в США – мировой лидер в данной области – фитнесом увлечены 14% жителей (40 млн чел.). Даже если сравнить менее развитый британский рынок, разница будет ощутима – в Британии фитнес-центры посещают 6% жителей (3,5 млн чел.). Иными словами, резервы роста у российского фитнес-рынка есть, и главный направлением является – развитие услуг среднего ценового сегмента.

Отечественный рынок спортивных услуг начал развиваться 12 лет назад с премиум-сегмента (цена годовой клубной карты – 1500–4000 долл.), но сегодня он заполнен на 90%. «В премиум-сегменте уже становится тесно. Если раньше фитнес-клубы в г. Москве окупались за один – два года, то сегодня срок окупаемости

вырос до 3–5 лет. Поэтому все больше игроков приступают или, по крайней мере, планируют приступить к освоению среднего сегмента (600–1000 долл. США за годовую карту). Так, один из лидеров – компания World Class (занимает около 10% московского рынка в целом и до 40% премиум-сегмента) – активно прорабатывает варианты развития в среднем ценовом сегменте. А «Страта Партнерс» – одна из трех наиболее динамично развивающихся компаний отрасли – объявила о намерении в ближайшие пять лет открыть 60 фитнес-клубов, рассчитанных на среднего потребителя. Пока, однако, реальные достижения гораздо скромнее амбициозных планов: те, кто выходит в средний сегмент, сталкиваются с целым рядом препятствий.

Следует отметить, что рынок спортивно-оздоровительных услуг в Москве и в России – это два разных рынка. Если в Москве рынок находится в стадии активного развития, то в регионах только появляются первые ростки цивилизованного фитнес-рынка. Если хороший клуб в Москве может иметь оборот 15 млн долл. в год, то в регионах не более 600 тыс. долл., но это уже очень хороший показатель. В регионах московские сети открывают клубы преимущественно по франчайзингу.

Основная причина того, что, несмотря на огромный потенциальный спрос и интерес операторов, средний ценовой сегмент не осваивается, так как очень высок риск. Для нормального развития сети, ориентированной на среднего потребителя, нужна критическая масса сетевого оборота. В эту нишу бессмысленно входить постепенно (вместо того, чтобы создать один – два массовых клуба, выгоднее открыть 1–2 клуба подороже – издержки будут примерно те же, а доходы заметно выше). На масштабную инвестиционную программу мало кто отважится.

Есть и другие сложности. Чтобы средний ценовой сегмент хорошо развивался, клубы должны находиться на ведущих улицах города, там, где дорогая аренда. В ином случае нужное количество клиентов им просто не набрать. А если это удобная точка, например у метро, то цену 150–250 долл. за 1 м^2 не найти – она составит 400–600 долл. и выше. В таких условиях клуб может окупаться, только продавая карты не дешевле 1000 долл.

Несмотря на все трудности, сегодня участники рынка понимают, что средняя ценовая ниша – самая перспективная, и она все равно будет развиваться.

Аналитики прогнозируют, что бурный рост в среднем сегменте начнется в ближайшее время. Во многом он будет обеспечен консолидацией рынка – более крупные объекты более рентабельны и менее рискованны – и за счет прихода сетей в регионы. Три ведущих игрока уже начали экспансию в регионы. Так, у «Планеты Фитнес» из 23 клубов только девять находятся в Москве, остальные – в регионах. У World Class из 16 клубов шесть за пределами Москвы. У «Страта Партнерс» – четыре клуба в Москве и четыре за пределами столицы. Рынок спортивно-оздоровительных услуг в регионах России начал развиваться недавно, но уже есть регионы-лидеры – Татарстан, Поволжье, Сибирь. Интерес к открытию фитнес-клубов у местных инвесторов есть, не хватает опыта в организации, есть трудности с персоналом различных категорий.

Если посмотреть на развитие фитнес-индустрии в мире, то очевидно, что будущее не за отдельно взятыми клубами, а за крупными сетевыми игроками. Российская фитнес-индустрия идет «по английскому пути»: англичане тоже начинали с верхнего сегмента, с очень дорогих клубных карт, но через 10–12 лет, инвестиции пошли в средний ценовой сегмент.

В России, есть еще одно немаловажное препятствие в развитии рынка спортивно-оздоровительных услуг – общественные и частные организации осуществляют свою деятельность без финансовой поддержки со стороны государства. Тем не менее, учитывая высокую социальную значимость спорта для всех, государственная поддержка должна оказываться, хотя бы в виде создания режима наибольшего благоприятствования для деятельности спортивно-оздоровительных организаций. По мнению ряда авторов [2], наиболее эффективной в управлении развитием спорта для всех является протекционистская политика органов местного самоуправления. Муниципальная власть находится ближе к непосредственным нуждам и запросам жителей городского сообщества, может полнее учитывать местные национальные и культурные особенности.

Муниципальная политика в сфере спорта для всех может включать:

– установление понижающих коэффициентов на аренду помещений, находящихся в муниципальной собственности, для спортивно-оздоровительных организаций;

– снижение ставок оплаты коммунальных услуг для спортивно-оздоровительных сооружений (бассейнов, стадионов, фитнес-клубов);

– обеспечение социальной рекламы на территории муниципального образования (соответствующее оформление элементов городского ландшафта, спортивно ориентированные информационные источники);

– предоставление площадей и улиц города для праздничных спортивно-зрелищных шоу (решение транспортных проблем, обеспечение безопасности, медицинской помощи, уборки);

– создание механизма поддержки общественных инициатив на конкурсной основе (поощрение наиболее социально значимых инициатив).

Основной принцип государственного управления развитием спорта для всех – поддержка самодеятельного, саморазвивающегося движения, создание режима наибольшего благоприятствования, «мягкое» регулирование экономическими методами. Вышесказанное особенно актуально с учетом того, что фитнес-индустрия является одним из компонентов формирования здоровья нации.

Список использованных источников

1. *Барчуков И.С.* Организация оздоровительного сервиса в гостиничных комплексах. М., 2001.

2. *Исаев А.А.* Спортивная политика России. М., 2002.

3. *Ишков В.И.* Системный подход в формировании мотивации к овладению физической культурой / матер. Междунар. науч-практ. конф. Т.1. Воронеж, 1998.

4. *Литвиненко С.Н.* Спорт для всех и элитный спорт – противники или партнеры? // Спорт для всех. 2002. №4.

5. *Мичуда А.В.* Стимулирование потребления физкультурно-оздоровительных услуг как процесс // Современный олимпийский спорт и спорт для всех. Т.2. М., 2003.

А.А. Линькова, А.Г. Максименко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТУРОВ

Кубанский государственный университет

Summary: The article provides a definition of gastronomic tourism, the concept and classification of gastronomic tours, the structure and features of the creation and promotion of gastronomic tours by tour operators. There is a brief description of the most popular gastronomic tours in Russia in article.

Keywords: gastronomic tours, culinary tourism.

Гастрономический туризм в мире и в России получил свое развитие не так давно. Первопроходцами в генерировании идеи гастрономических туров считаются итальянцы, которые умело совместили налаживание торговых и технологических производств с привлечением туристов под знаком вкусной и здоровой пищи. Так же во всем мире особой популярностью среди ценителей пользуются Франция, Таиланд, Китай, Япония и Испания. Эти страны славятся своей оригинальной кухней.

Специфические черты гастрономического туризма заключаются в следующем:

1. условия для развития кулинарного туризма имеют абсолютно все страны;
2. гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха;
3. гастрономический туризм в той или иной степени является составляющим элементом всех туров;
4. приоритетное продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров является неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

Гастрономический туризм имеет несколько разновидностей:

1. Тур по сельской местности, который предполагает дегустацию местной кухни и продуктов, производимых в этом регионе, а также может включать участие в сельскохозяйственных работах. Так в «зеленых» гастрономических турах предлагается сбор дикорастущих ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах, охота на трюфеля или прогулка по винодельческим тропам. Обязательное

условие: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или малых городах без многоэтажной застройки.

2. Ресторанный тур, включает посещение наиболее известных и популярных ресторанов, отличающихся высоким качеством и эксклюзивностью кухни, а также национальной направленностью.

3. Образовательный тур – это тур, целью которого является обучение в специальных образовательных учреждениях с кулинарной специализацией, а также курсов и мастер-классов.

4. Экологический тур зачастую включает знакомство с экологически чистыми, органическими продуктами и их производством, особенно развито во Франции, Германии, Англии, Швейцарии и США.

5. Событийный тур ориентируется на посещение местности с целью участия в общественных и культурных мероприятиях с гастрономической тематикой: выставки, ярмарки, фестивали и т.д.

6. Комбинированный тур – это поездка, содержащая несколько вышеперечисленных направлений. Комбинированные туры подходят для опытных туристов, уже знакомых с гастрономией той или страны, иначе тур может оказаться информативно перенасыщенным. Пример объединенного тура в той же Франции: первые пару дней туристы посещают парижские рестораны, затем еще пару дней обучаются в кулинарной школе у лучших поваров, а потом уезжают вглубь Франции знакомиться с выращиванием трав в Провансе или с производством сидра в Нормандии.

Появлению и развитию гастрономического туризма в мире способствует множество факторов, таких как:

– рост популярности телевизионных кулинарных программ;

– приобретение мировой известности шеф-поварами лучших ресторанов, посещение модного заведения – это поддержание имиджа и статуса в обществе;

– доступность, привычность и обыденность посещения ресторанов для части населения, добавить новизны можно, попробовав что-то действительно оригинальное;

– обеспокоенность населения проблемами экологичности и качества продуктов питания;

– увеличение затрат на питание и отдых как следствие растущих доходов населения;

– рост популярности здорового образа жизни;

– осознание предприятиями продуктового производства и туристскими организациями огромного потенциала и прибыльности кулинарного туризма.

Россия как многонациональная и поликультурная страна, с богатой историей, обладает огромным потенциалом развития гастрономического туризма. Особенным образом выделяются Золотое кольцо России, Кавказ, Русский Север, Алтай, Поволжье, Сибирь и Дальний Восток. Для регионов России характерны свои национально-культурные и природные особенности, несущие неповторимый колорит и вызывающие интерес у большинства туристов. О развитии гастрономического туризма в России стало известно уже в текущем столетии, в настоящее время ученые считают, его сформировавшимся видом туризма [5].

В России пока немного гастрономических туров. Но, элементы гастрономического туризма активно внедряются в сотню экскурсионных маршрутов. Регионы европейской части страны предлагают «обед в русской избе». Посещение винодельческих заводов с последующей дегустацией продукции практикуют в южных округах. В рамках инновационного тренда «туризм и гастрономия» возникли такие успешные проекты, как праздники сыра, хлеба, огурца, мёда. На данный момент в России наибольшей популярностью пользуются туры выходного дня. Такие туры включают посещение таких объектов гастрономического туризма. Примерами таких объектов могут стать четыре знаменитых на всю Россию музея: музей пастилы в Коломне Московской области, музей «Российского арбуза» в Камызяке Астраханской обл., музей масла в пос. Семенково Вологодской обл., а также музей пряника в Туле Тульской обл. Такие музеи обладают особой значимостью, так как являются институтами по сохранению национальной культуры и технологий производства тех или иных продуктов, которые имеют огромную важность для России в целом.

В последние годы в России заметно расширилась сеть ресторанов кухни коренных народов. Яркими примерами могут служить развитие ресторанов адыгейской, армянской, грузинской кухни в Краснодарском крае, татарской и казахской кухни в Астрахани, ресторанов русской кухни в Центральной России, в частности, в Кинешме Ивановской области [5].

Организация гастрономического тура имеет ряд особенностей, связанных со спецификой данного вида туризма, в том числе:

1) контроль ресторанов на предмет качества национального меню, контроль нормативных документов; 2) безопасность туриста, информационная обеспеченность о месте пребывания и особенностях национальной кухни, возможных последствиях употребления блюд, наиболее полный пакет медицинской страховки [6].

Целевая аудитория гастрономических туров включает: туристов, желающих приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню; туристов-гурманов; туристов, использующих кулинарный тур в целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков (повара, сомелье, дегустаторы, рестораторы); представители турфирм, путешествующие с целью изучения данного туристского направления [2].

На выбор туристом места поездки в гастрономическом туризме, влияют следующие группы факторов: а) наличие специфики национальной кухни; б) состояние туристической инфраструктуры; в) степень известности рекреационной территории; г) развитие деловой инфраструктуры; д) цена и степень информирования туриста о туристской дестинации. Наиболее интересными считаются предложения по организации гастрономических туров турагентств «Валлекс-тур», «Алора», «Continental-Europa», «Select Italy», «Свои люди» [1, 5]. Однако гастрономические туры редко относятся к разряду пакетных, зачастую это индивидуальные туры, с числом туристов от 2 до 5, семья или группа специалистов, которые нацелены на определенную программу путешествия. Основными факторами, влияющими на развитие гастрономического туризма в стране, является развитая туристическая инфраструктура, транспортная доступность, уникальность национальной кухни.

Доля доходов от реализации услуг питания составляет около четверти от прибыли всего продаваемого тура. Сюда также следует прибавить часть доходов от реализации сопутствующих товаров, которые также могут носить гастрономический характер. В итоге, гастрономическая составляющая любого тура является не просто обязательной, но еще и одной из самых крупных и прибыльных. Социальная значимость гастрономического туризма состоит в его роли в развитии регионов (например, присуждение небольшому ресторану в сельской местности трех звезд Michelin является почти полной гарантией всплеска туристской привлекательности данного региона). Исходя из экономической привлекательности, социальной значимости, а также наличия таких черт как отсутствие характера

сезонности и возможность развития в любой стране, гастрономический туризм как направление для развития является одним из самых приоритетных.

Эксперты считают, что Россия обладает всем необходимым потенциалом для развития гастрономического туризма, учитывая традиционное русское гостеприимство и многонациональность кулинарных традиций страны.

Список использованных источников

1. Авторские гастрономические туры. Alora. URL: http://www.alora.dk/ru/travel/gastro.
2. *Ашкинадзе И.И., Коплик А.А.* К вопросу о развитии гастрономического туризма в курортном регионе / Инновации. Менеджмент. Маркетинг. 2014. №2.
3. Гастрономические туры. Continental. URL: http://www.continental-travel.ru/italy/tours/gastronomic.
4. Гастрономический туризм. URL: http://www.gastrotur.ru.
5. *Карабаева А.З., Лукьянченко А.Д.* Развитие гастрономического туризма в России и в Астраханской области / Астраханский вестник экологического образования. 2014. №1(27).
6. *Максименко А.Г.* Правовая документация, регламентирующая требования к персоналу туристской индустрии / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.

А.Е. Литвинов, З.А. Бекух

ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПСЕБАЙСКОГО ЗАКАЗНИКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СБОРНОГО ЛЮБИТЕЛЬСКОГО ОТДЫХА

Кубанский государственный университет

Summary: The scientific article considers a problem of the organization of rest in the territory of reserved lands. The organization of combined amateur rest can become option. Collecting plants and mushrooms is careful attitude to the nature and rational tourism.

Keywords: the wildlife area, natural rest, amateur rest, the protected natural territory.

Особо охраняемые природные территории, в том числе природные заказники, Северо-Западного Кавказа ежегодно привлекают отдыхающих возможностью пешей, экскурсионной и стационарной рекреации. Важными проблемами современного развития туризма в пределах природных заказников Краснодарского края являются относительно малая освоенность альтернативных направлений элементарных рекреационных занятий; превышение рекреационной емкости некоторых участков буферной зоны особо охраняемых природных территорий; отсутствие комплексной оценки рекреационного потенциала возможных всесезонных территориальных рекреационных систем (ТРС) природных заказников [1]. Такой системой может стать Псебайский заказник с разрешенным рекреационным доступом, расположенный в Западной высокогорной провинции горно-предгорной части Северо-Западного Кавказа.

Сборный любительский отдых, или «тихая охота», – альтернативное направление рекреационного природопользования, связанное с собиранием кореньев, дикорастущих плодов, семян и пр. Изучение этого вида элементарного рекреационного занятия актуально, так как именно оно может стать одним из направлений комплексного всесезонного развития рекреации в Псебайском заказнике. Оценка рекреационного потенциала ТРС сборного любительского отдыха включает изучение орографических особенностей для пешего отдыха, элементов дорожно-тропиночной сети (ДТС), количества сборных видов в районе исследования, сезонности сбора в заказнике, средней урожайности сборной флоры и микофлоры, а также разнообразия редких сборных видов в пределах ТРС.

Наиболее привлекательными особенностями ландшафта для *пешего передвижения туристов* в горно-предгорной местности выступают глубина расчленения рельефа от 300 до 600 м; густота расчленения рельефа от 1,2 до 3,4 км; крутизна склонов от 5 до 12°; перепад высот на пешем маршруте от 150 до 400 м; доля горизонтально участка от 26 до 45%.

Проведенная оценка *орографических условий* указывает на то, что ландшафты заказника обладают значительной глубиной

расчленения рельефа (700-800 м) и густотой расчленения рельефа (0,4–0,8 км). Высокая крутизна склонов от 10 до 12° и существенный перепад высот от 300 до 400 м отчасти негативно сказываются на развитии сборного промыслового отдыха. Доля горизонтального участка на пеших маршрутах сбора обычно здесь не превышает 25–30%. В Псебайском заказнике орографические условия весьма разнообразны и во многом способствуют организации всевозможных маршрутов сборного любительского отдыха.

Благоприятной оценке рекреационного потенциала *дорожно-тропиночной сети* на Северо-Западном Кавказе соответствуют число транзитных троп от 3 до 8; число подъездных путей от 1 до 4; умеренное развитие опушечных троп, не дающее возможность дальнего ухода от транзитной тропы; умеренная развитость дельты подъездного пути, с ответвлением троп на 30–40°; плотность нежелательных элементов не более 10%.

По результатам оценки рекреационного потенциала *дорожно-тропиночной сети* видно, что число транзитных троп и подъездных путей на исследуемой территории достигало 2–3 ед. Для заказника было характерно малое развитие пикниковых, дублирующих и опушечных полян с периодическим дальним уходом от транзитной тропы. Дельта подъездного пути имела малую развитость с углом ответвления троп более 60°. Плотность нежелательных элементов ДТС была повсеместно незначительна (10–15%). Лишь в юго-западной части местности число нежелательных элементов значительно увеличивалось. Разнообразие транзитных троп и подъездных путей к местам отдыха говорит о доступности всех частей ТРС Псебайского заказника для «тихой охоты».

Оптимальными ресурсами для *сборного любительского отдыха* в исследуемом регионе располагают местности с количеством сборных видов от 13 и более; сезонностью сбора в провинции от 5 месяцев и более; средней урожайностью сборной флоры и микофлоры от 25 кг на 100 м² и более; разнообразием редких сборных видов от 20% и более от общей фитомассы.

Проведенные исследования показали, что на изучаемой территории *промысловые угодья* имели не более 17 сборных видов растений и грибов. Сезонность сбора в Псебайском заказнике по отдельным видам превышала 5 мес. Урожайность промысловых растений и грибов здесь была не более 20–21 кг на 100 м². Разнообразие редких и экзотичных сборных видов достаточно велико

и достигало 23,7% от всей промысловой популяции. Урожайность и сезонность сбора в Псебайском заказнике снижалась с продвижением с северо-запада на юго-восток к среднегорной части территории.

Микофлора Псебайского заказника отличается своим видовым разнообразием от других участков Северо-Западного Кавказа. Здесь изобилует белый гриб и подберезовик обыкновенный. Среди еловых и грабовых лесов рекреанты могут найти моховик желто-бурый, рыжик еловый и зеленушку. Повсеместно в сосновых, сосново-дубовых и сосново-березовых лесах встречаются масленок обыкновенный поздний, лисичка обыкновенная, опенок летний, опенок осенний настоящий и опенок луговой. Редким сборным видом для Северо-Западного Кавказа является ежевик беловато-желтый, часто встречающийся в Псебайском заказнике.

Разнообразие *плодово-ягодных дикорастущих съедобных растений* в Псебайском заказнике достаточно велико. Повсеместно в горно-лесной зоне встречаются орехоплодные и ягодные виды. Периодически отмечается в подлеске дубовых и грабовых лесов лещина. В заказнике в заболоченных местах произрастают ягодники: голубика, брусника, черника. Большое распространение в среднегорной части Северо-Западного Кавказа получил крыжовник.

В Псебайском заказнике *лекарственные растения* по видовому составу немногочисленны, но в местах произрастания образуют крупные сообщества. Здесь встречается береза поникающая, экзотичная для других районов Краснодарского края. В долинах малых горных рек произрастает боярышник пятистолбиковый. Повсеместно на изучаемой местности можно обнаружить жестер слабительный.

На фоне существующего сегодня единственного маршрута промыслового любительского сбора в Псебайском заказнике, названного «сезоном опят» (май-сентябрь), привлекающего рекреантов как из городов Европейского Юга и Северного Кавказа, так и Московской столичной агломерации, целесообразно развивать и другие сезоны сбора на исследуемой территории. Оценка рекреационного потенциала показывает нам, что необходимо использовать *«сезон белого гриба»* с середины июня по сентябрь, *«сезон рыжика и масленка»* с мая по октябрь, поздний *«сезон зеленушки»* с сентября по ноябрь и *«сезон ежевика беловато-желтого»* с июня по сентябрь. Следует использовать в организации любительского сборного отдыха имеющиеся ягодники. В заказнике с

июня по июль в изобилии *плодоносит крыжовник*, а с августа по сентябрь – *голубика, брусника и черника,* дающие в обильных угодьях 7,2 ц/га ягод. Увлекательным для туристов может стать *сбор плодов* лещины, березы поникающей, боярышника пятистолбикового и жестера слабительного. Это направление сборного любительского отдыха также еще не реализовано в Псебайском заказнике. Развитие данных направлений сборного любительского отдыха и указанных сезонов сбора на этой территории даст возможность для развития комплексной всесезонной природоориентированной рекреации в пределах Европейского Юга и Северо-Западного Кавказа.

Список использованных источников

1. *Литвинов А.Е., Бекух З.А.* Аквaрекреационное районирование горно-предгорной части Северо-Западного Кавказа / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

2. *Нагалевский Ю.Я., Нагалевский Э.Ю.* Региональное физико-географическое районирование. Краснодар, 2012.

А.В. Марухно, В.В. Жирма

О РЕКРЕАЦИОННОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СТЕПНЫХ РЕК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: primary directions of recreational water management are reviewed on the example of smaller steppe rivers of Krasnodar region. The limiting factors of development of recreation in basins are distinguished.

Key words: steppe rivers, recreational water management, pollution.

С позиций рационального использования и охраны водных ресурсов от загрязнения, под рекреационным водопользованием следует понимать деятельность населения, связанную с осуществлением различных видов рекреационных занятий (отдыха, спорта, туризма) на акватории и побережье водоёмов, оказывающую

прямое или косвенное (опосредованное) воздействие на качество воды и экосистемы водных объектов [1].

То есть, в процесс вовлекаются акватории и побережья. При развитии рекреации на водных объектах используются как их береговые зоны, так и аквальные комплексы, причём зачастую рекреационные нагрузки на побережья значительно выше нагрузок на акваторию. Рекреационное водопользование объединяет в себе многие виды отдыха, отличающиеся между собой сезонами максимальных нагрузок, интенсивностью использования природных комплексов, путями, характером и объёмами загрязнений, поступающих в береговую зону и водный объект [2].

Реки, протекающие по территории Краснодарского края к северу от долины Кубани, принято называть Степными реками. По существующей классификации это малые реки. Одна из главных особенностей малых рек – тесная связь водности и качества вод с состоянием поверхности водосбора. Наиболее распространенный вид рекреационного использования малых степных рек Краснодарского края – любительское рыболовство. В качестве примера можно привести существующие оборудованные места для любительского рыболовства на реках Кирпили, Бейсуг и др.

Однако, рекреационное водопользование на малых реках предполагает использование прилегающих участков побережья. Как правило, это требует организации санитарного контроля, уборки мусора, расчистки и подготовки прибрежной полосы.

Степные реки как объекты водной рекреации должны оцениваться с учетом сложного комплекса показателей, которые учитывают: характер прибрежных природно-территориальных комплексов; морфометрические характеристики водоемов и водотоков; наличие или возможность обустройства пляжей (в случае использования для купания); особенности гидрологического режима водоема или водотока (температура воды, скорость течения, режим уровня) и его гидрохимические условия (качество воды, уровень загрязненности, санитарно-эпидемиологическая обстановка); близость к крупным населенным пунктам и наличие дорог, определяющие транспортную доступность объекта.

Особое значение в условиях Краснодарского края приобретает фактор качества воды. Среди факторов, определяющих современное гидрохимическое состояние степных рек Азово-Кубанской равнины, следует выделить антропогенные: поступающий в водные объекты

поверхностный сток с сельскохозяйственных угодий, с территорий животноводческих предприятий, с объектов сельхозхимии и неорганизованный сброс неочищенных хозяйственно-бытовых сточных вод [3]. Главной причиной увеличения в степных реках биогенных элементов, является применение удобрений, которые используют для выращивания товарной рыбы. Во время этого процесса используется около 1–4 ц/га аммиачной селитры и суперфосфата и 10 ц/га извести, которые содержат различные тяжелые металлы в своем составе [4].

В степной зоне Краснодарского края каждый год на территории муниципальных структур образуется около 600 тыс. тонн отходов в основном от предприятий и объектов коммунального хозяйства. Это приводит к возникновению острой экологической проблемы, такой как обеззараживание, утилизация хранение промышленных и твердых бытовых отходов, от решения которой зависит будущие состояние аквальных комплексов степной зоны. Дело осложняется тем, что на территории районов организованный сбор мусора производится только в районных центрах или крупных населенных пунктах, а на остальной же территории сбор и уничтожение твердых бытовых отходов осуществляется самим населением. Благодаря этим действиям в степной части Краснодарского края образуется значительное количество стихийных и несанкционированных свалок. К примеру, на территории Павловского, Ленинградского района их около 10 [4]. В которых, в свою очередь, отсутствуют контрольно-пропускные пункты, ограждения и т.д. Большая часть полигонов твердых бытовых отходов действует без необходимой разрешительной и правоустанавливаюшей документации.

Отдельные виды рекреационного использования территории, в свою очередь, становятся факторами дополнительного загрязнения акватории и побережья. Для акватории, это использование моторных лодок, ведущее к загрязнению горюче-смазочными материалами, а в некоторых случаях и к активизации переработки берегов. Для побережья практически любое присутствие отдыхающего человека оборачивается, в бесконтрольных условиях, скоплением мусора в количествах, делающих непригодным дальнейшее рекреационное использование. Отсутствие санитарного контроля в местах отдыха можно выделить в самостоятельную проблему. Это выводит на первый план необходимость управления процессом рекреационного водопользования. Наличие ясного плана организации отдыха, уборки

мусора, обеспечения безопасности и развития разнообразных сервисов.

В степной части Краснодарского края активно осваивается в рекреационном отношении пруды на малых реках, которые оборудованы для рыбалки и активно используются. Вследствие чего, основная масса отдыхающих – это рыбаки. Отметим, что на территории степных рек рекреация носит стихий характер, все зоны отдыха располагаются по берегам рек, но основная часть стоянок не оборудована, хотя и доступна для автотранспорта. Отсюда на таких участках видны скопления бытового мусора, следы кострищи, повреждения травянистого покрова и древесной растительности. И как следствие, наблюдается возгорание лесополос.

Таким образом, можно говорить о недостаточном развитии рекреационного водопользования на степных реках Краснодарского края. Рекреационное использование сводится к любительскому рыболовству на территориях оборудованных баз, либо на стихийно сформировавшихся участках в зоне автотранспортной доступности. Главные факторы, ограничивающие развитие рекреационного комплекса: загрязнение водных объектов неорганизованным сбросом неочищенных хозяйственно-бытовых сточных вод; отсутствие контроля за санитарным состоянием береговой полосы; отсутствие средств на восстановление существовавшей в прошлом инфраструктуры летних баз отдыха и спортивно-оздоровительных лагерей.

Список использованных источников

1. *Авакян А.Б., Бойченко В.К., Салтанкин В.П.* Некоторые вопросы рекреационного использования водохранилищ / Водные ресурсы. 1986. №3.

2. *Ланцова И.В.* Геоэкологическая оценка и рациональное использование рекреационного потенциала береговых зон водохранилищ: дисс. … д-р. геогр. наук. М. 2009.

3. *Марухно А.В., Ромащук В.А, Жирма В.В.* О современном гидрохимическом состоянии рек Азово-Кубанской равнины / Естественные и математические науки в современном мире. Новосибирск, 2014. №9(21).

4. Схема комплексного использования и охраны водных объектов рек бассейна Азовского моря междуречья Кубани и Дона. URL: http://www.kbvu-fgu.ru.

П.И. Меркулов, С.В. Меркулова

АНАЛИЗ БИОКЛИМАТА РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РЕКРЕАЦИИ

Мордовский государственный университет

Summary: Discusses the bioclimatic characteristics of the territory of Mordovia and their impact on development opportunities recreational activities. Analyses of spatial patterns of distribution of these characteristics.

Keywords: Bioclimatic characteristics, comfort areas, effective temperature.

Условие комфортности климата базируется на понятии физиологического комфорта, при котором терморегуляторная система организма испытывает наименьшее напряжение. В умеренных широтах для человека в легкой одежде наиболее комфортны сочетания температуры 18–20^{0}С, относительной влажности 40–50%, скорости ветра 0 м/с, облачности 0 баллов, изменчивости давления 0 мб/сут., изменчивости температуры 0^{0}С/сут. Установлено, что межсуточное изменение температуры на 6^{0}С и выше вызывает отрицательные ощущения у человека. Облачные синоптические ситуации способствуют обострению заболеваний депрессивного характера и нарушающих обмен веществ [1, 2].

Биоклиматические показатели и ресурсы оцениваются применительно к человеку и характеризуют связь климата с его тепловым состоянием, здоровьем, особенностями рекреации и санитарно-гигиенической оценкой в естественных условиях.

В представленном исследовании проанализированы результаты расчетов сезонного и годового пространственного распределения биоклиматических показателей с оценкой комфортности территории, которые позволили выявить закономерности их пространственного распределения.

Для оценки степени комфортности рассчитывалась эффективная температура, которая является характеристикой ощущения степени тепла или холода организмом полураздетого (до пояса) человека и эмпирической функцией температуры и относительной влажности воздуха. В качестве исходных в исследовании использованы статистические гидрометеорологические данные за период 2000–2011 гг., предоставленные ГУ «Мордовским Республиканским центром по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды».

За зимний период (декабрь–февраль) значения эффективной температуры (ЭТ) в период осреднения 2000–2011 гг. находится в пределах – 7,8^{0}С (м/с Саранск) до – 6,3^{0}С (м/с Темников), что характеризует зимние условия на исследуемой территории как «холодно» с «умеренной» нагрузкой на организм человека [4]. Максимальные значения ЭТ в летний период (июнь–август) на территории республики характерны для ландшафтов западных склонов Приволжской возвышенности и поймы р. Суры (м/с Б. Березники). ЭТ летнего периода изменяются по территории от 17,5 до 18,3^{0}С, что характеризует биоклиматические условия как «умеренно тепло» (с нагрузкой «комфортно»). Самые благоприятные биоклиматические условия отмечаются на юго-востоке и востоке Мордовии. Число дней с комфортной погодой (по значениям ЭТ) за год в среднем составляет 80–85 дней.

Для того чтобы учесть комплексное влияние на человека температуры, влажности воздуха и скорости ветра, в ходе исследования была рассчитана эквивалентно-эффективная температура (ЭЭТ), представляющая собой сочетание метеопараметров, по тепловому эффекту равное неподвижному воздуху при 100% относительной влажности и определенной температуре; с ее помощью оценивается теплоощущение обнаженного по пояс человека. При одной и той же температуре, но при усилении ветра и уменьшении влажности потери тепла возрастают, и человек чувствует себя так, как если бы происходило понижение температуры воздуха. Обратный эффект имеет место при ослаблении ветра и увеличении влажности. При температуре воздуха ниже 10^{0}С сухой воздух кажется значительно теплее, чем влажный, а при температуре выше 10^{0}С, наоборот, холоднее [5].

Согласно полученным результатам, на территории Мордовии за зимний период ЭЭТ находится в пределах от – 23 до – 20^{0}С, что по общепринятой шкале характеризует теплоощущения как «очень

холодно» (рис. 1). С точки зрения биоклиматических показателей несколько мягче зимние условия в последние десятилетия складываются на западе республики, хотя этим различием в целом можно пренебречь в виду малого различия значений ЭЭТ (3^0С). Летние месяцы в Мордовии отличаются достаточно «комфортными», умеренно тёплыми условиями (11<ЭЭТ<13), особенно благоприятными на востоке и западе исследуемой территории.

Условные обозначения

Среднемноголетние значения ЭЭТ воздуха в зимний период, °С:

– 23 – 22 – 21 – 20

Рис. 1 − Картосхема распределения эквивалентно-эффективной температуры воздуха в зимний период

Анализ годового хода ЭЭТ в период 2000–2011 гг. позволяет оценить биоклиматические условия холодного периода (ноябрь-март) как очень холодные (рис. 2). Значения ЭЭТ в теплый период (май-сентябрь) изменяются по территории от 1,9 до 12,2^{0}С, что характеризует теплоощущения как «умеренно прохладно», «прохладно» и «комфортно (умеренно тепло)».

От степени комфортности биоклимата региона зависят не только условия жизнедеятельности его жителей, но и специфика рекреационного природопользования [3]. В Республике есть все предпосылки для развития различных видов туризма: делового, познавательного, спортивного, экологического, сельского (агротуризма), религиозного и паломнического и др. Биоклиматические условия Мордовии большую часть года благоприятствуют расширению существующих здесь санаторно-рекреационных зон и благоустройству новых мест отдыха.

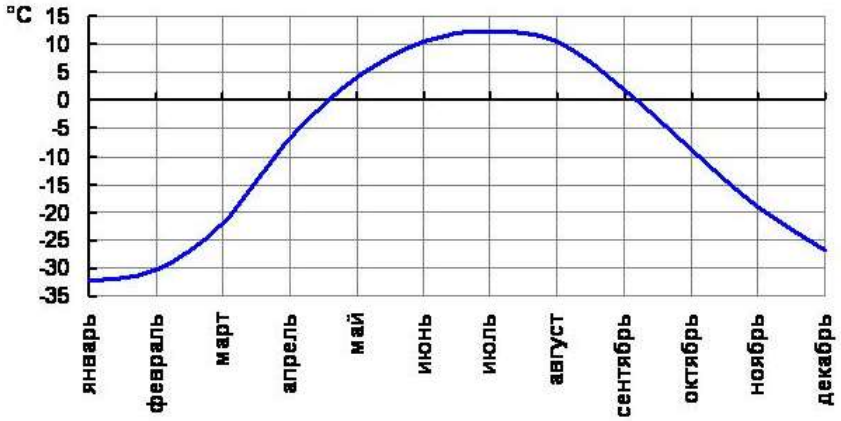

Рис. 2 – Годовой ход среднемноголетней ЭЭТ на территории Мордовии (2000–2011 гг.)

Результаты проведенного исследования позволили оценить значительные потенциальные возможности курортно-рекреационного освоения территории Мордовии и повышение эффективности применения эколого-климатических факторов в рекреационно-оздоровительных целях.

Список использованных источников

1. *Архипова И.В., Жукова О.А., Курепина Н.Ю., Ротанова И.Н.* Медико-географический подход к оценке комфортности климатических и социально-экологических условий региона как среды жизнедеятельности человека // Ползуновский вестник. 2005. №4.

2. Климатические ресурсы и методы их представления для прикладных целей / Под ред. К.Ш. Хайруллина. СПб., 2005.

3. *Меркулов П.И., Меркулова С.В., Колокотрони К.О.* Динамика самоочищающей способности атмосферы и биоклиматическая характеристика города Саранска / Проблемы региональной экологии. 2009. №5.

4. *Меркулов П.И., Меркулова С.В., Хлевина С.Е., Сергейчева С.В.* Пространственно-временная изменчивость режима увлажнения и ее влияние на здоровье населения Республики Мордовия / Проблемы региональной экологии. 2012. №5.

5. *Меркулов П.И., Меркулова С.В., Хлевина С.Е., Сергейчева С.В.* Влияние динамики климатических параметров на первичную биопродуктивность экосистем Республики Мордовия / Вестн. Воронежского гос. ун-та. География. Геоэкология. 2014. №1.

В.В. Миненкова, М.А. Слюсарь

ОРГАНИЗАЦИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ ТУРИСТОВ НА ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТАХ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЙ ПОЛЯНЫ)

Кубанский государственный университет

Summary: This article discusses problems of attraction ski tourists as example ski resort Krasnaya Polyana. Après-ski refers to any form of entertainment, nightlife or social events that occur specifically at ski resorts.

Keywords: après-ski, attraction, entertainment, ski resort, ski tourist.

Красная Поляна – популярный центр горнолыжного спорта и сноубординга. Самый знаменитый горнолыжный курорт России, известный и за ее пределами после проведения XXII Олимпийский зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в Сочи в 2014 г.

Горнолыжный курорт Красная Поляна состоит из двух поселков: Красная Поляна и Эсто-Садок. Сам курорт назван по имени большего поселка. Красная Поляна находится в 42 км от побережья Черного моря, в Адлерском районе г. Сочи. По показателю перепада высоты Красная Поляна входит в десятку курортов мира по наибольшему значению – от 540 до 2238 м над у. м. Курорт предлагает трассы разной степени сложности, а также возможность для внетрассового катания. Сегодня большой упор делается на развитие вельветовых трасс для райдеров всех уровней. Так называются специально-подготовленные для катания трассы, свое название они получили из-за следа, оставляемого от ратрака (специальная снегоуплотнительная машина), напоминающего вельвет. Сезон катания длится с декабря по май.

В Красной Поляне выделяют четыре отдельных горнолыжных комплекса: «Альпика-Сервис», «Горная карусель», «Газпром», «Роза-Хутор», существенно отличающиеся друг от друга.

В период Новогодних каникул с 30.12.2014 по 11.01.2015 гг. горнолыжные курорты Красной поляны посетило более 182000 чел. Ежедневно на склонах катались от 13000 до 23000 чел. [1].

К услугам гостей 122 км горнолыжных трасс, 77 км относятся к комплексу «Роза Хутор», 25 км – комплексу «Горная карусель» и 20 км – комплексу «Газпром». Самый первый горнолыжный комплекс

Красной поляны «Альпика-Сервис» открыт только для экскурсионных посещений.

Помимо основных услуг горнолыжного курорта (катание на горных лыжах и сноубордах) посетителям предлагается широкий ассортимент дополнительных услуг: прокат оборудования, горнолыжная школа, посещение горнолыжного парка, камеры хранения и прочее. Для успешного развития горнолыжных курортов необходимо серьезно относиться к организации этого рода услуг, поскольку они являются частью комплексной туруслуги, приобретаемой в конечном итоге потребителем, и оказывают прямое влияние на формирование впечатления о туристской дестинации в целом.

В связи с этим важными представляются вопросы организации свободного времени туристов (горнолыжников) после спуска с горных склонов в горнолыжный поселок. Свободного времени у туристов много, поскольку на практике горнолыжные подъемники закрываются в 16:00–17:00, до того, как стемнеет. Таким образом, к 17:00 (а иногда раньше) все туристы оказываются уже в поселке или в отеле и в оставшееся время им вряд ли хочется скучать (особенно, если учесть, что подавляющее число туристов на горнолыжных курортах – это люди активные, молодых возрастных групп).

Особое внимание необходимо уделить общему портрету горнолыжного туриста, который можно представить следующим образом: турист в возрасте 24–40 лет, с достатком выше среднего, так как горнолыжные курорты не являются самым доступным видом отдыха, существенную роль играет и дороговизна специализированного оборудования, предпочитающий активный вид отдыха и имеющий хорошую спортивную подготовку. В основном туристы путешествуют небольшими компаниями или семьями. Отдых туристов после горнолыжного катания называют «après-ski».

Термин «après-ski» в буквальном переводе с французского языка звучит как «после лыж» и означает весь спектр отдыха на горнолыжных курортах, который следует непосредственно после катания. «Après-ski» также известен в английском значении «after-ski», хотя английский аналог употребляется не часто. В русский словарь туристических терминов «après-ski» перекочевал «калькой» как «апре-ски».

Сегодня качество курорта определяется не только характеристиками трасс, их оснащения, но и разнообразием

предлагаемых развлечений. На современных европейских горнолыжных курортах система «après-ski» настолько высоко развита и предлагает широкий выбор услуг, что часть туристов, выбирая тот или иной курорт, оценивают именно эту часть своего путешествия, а не особенности горнолыжных склонов и условия катания.

Стандартный набор услуг «après-ski» включает посещение предприятий общественного питания (бары, рестораны), спортивных и лечебно-оздоровительных учреждений (спортивные, спа-комплексы и т.п.), торговых предприятий, осмотр местных достопримечательностей и пр. Отдельные курорты организуют что-то особенное, отличающее его от всех прочих мест: конкурсы, карнавалы, концерты мировых знаменитостей, тематические вечеринки, азартные игры, а также различные виды активного отдыха: от курсов экстремального вождения до прогулок на снегоступах, собачьих упряжках и ice-дайвинга.

До настоящего времени на горнолыжном курорте Красная Поляна под «après-ski» понимались исключительно рестораны и бары, но этого не достаточно для полноценного курорта европейского уровня. Для привлечения иностранных и внутренних туристов необходимо развивать индустрию развлечения в полном масштабе.

Сейчас на территории Красной Поляны появились развлекательные центры и отели с термальными комплексами. Особого внимания заслуживают комплекс «Горки Город» («Горная Карусель») и «Роза Хутор».

Комплекс «Горки город» предлагает отдыхающим 5 спа-комплексов, воспользоваться услугами которых могут не только проживающие в отеле, но и все желающие. Здесь же к услугам гостей имеется 30 ресторанов, торговый центр «Gorky Gorod Mall», аквапарк «Mountain Beach», боулинг-центр «Lucky Strike», развлекательный центр «Fun City» и кинотеатр «СтарСинема» [2].

Курорт «Роза Хутор» предлагает отдыхающим 12 ресторанов, 13 сувенирных, косметических и спортивных магазинов, 3 салона красоты, крытый ледовый каток и уникальную Художественную галерею. Место постоянной выставки работ талантливых художников. В хорошую погоду часть из картин посетители могут увидеть в формате open air-выставки на Романовом Мосту. Посещение галереи бесплатное. Гости курорта могут приобрести понравившиеся картины, часть средств от продажи картин перечисляется в помощь детям из детских домов [3].

Комплекс «Газпром» и комплекс «Альпика-Сервис» имеют на территории кафе, рестораны и магазины.

Помимо большого разнообразия развлечений на территории горнолыжного курорта Красная поляна, особую аттрактивность имеют достопримечательности Горная Олимпийская деревня – «Дом победителей», Олимпийский парк и первый в России тематический парк развлечений – «Сочи-парк», парк приключений на высоте – «Skypark AJ Hackett Sochi», общественно-культурный центр «Галактика», Кавказский государственный природный биосферный заповедник имени Х.Г. Шапошникова, культурно-этнографический центр «Моя Россия», Sochi Discovery World Aquarium, парк «Ривьера» – курортный парк и парк развлечений в самом центре Сочи, дельфинарии Сочи. Хорошо развитая транспортная инфраструктура позволяет беспрепятственно добираться в любой уголок Большого Сочи.

Подводя итог, хочется отметить, что проведение Зимних Олимпийских игр в 2014 г. дало уникальный мощный толчок к развитию горнолыжного отдыха и становлению Красной поляны в качестве полноценного европейского курорта с высоким разнообразием и качеством «après-ski». В качестве предложений по развитию системы «après-ski» на Красной поляне перспективным представляется организация праздников и фестивалей разной тематики, которые разнообразят свободное время туристов. При этом посещение этих праздников для туристов, которые приобрели ски-пасс (билет на подъемники) может быть бесплатным.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Администрации города Сочи URL: http://www.sochiadm.ru/press-sluzhba/39717/

2. Официальный сайт горнолыжного комплекса «Горки город» URL: http://www.gorkygorod.ru/about/

3. Официальный сайт горнолыжного комплекса «Роза Хутор» URL: http://rosaski.com/about/

В.С. Михайлов

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛИМАТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Уфимский государственный университет экономики и сервиса

Summary: Problems and prospects of tourism climate in the Republic of Bashkortostan is a hot topic because in the country there is a large untapped potential development of this industry.

Keywords: tourism, health, climate, potential, development, industry, prospects, realms, country, branch, atmosphere, Ural region, temperature.

Проблемы и перспективы развития климатического туризма в Республике Башкортостан является актуальной темой потому, что в республике существует значительный незадействованный потенциал развития данной отрасли. Необходимо использовать возможность внедрения совокупности методов лечения на основе дозированного воздействия климатических, погодных факторов и специфических климатических условий уральской природы на организм. Лечебно-профилактическое воздействие климата Башкортостана на организм определяется рядом природных факторов: возвышенным положением местности над уровнем моря, степенью удаленности от загрязненных районов, низким атмосферным давлением, стабильной температурой, циркуляцией и влажностью воздуха, количеством осадков, облачностью, низкой интенсивностью солнечной радиации [1].

Непременным фоном любого вида санаторно-курортного лечения является действие климатических факторов. На климатическом курорте они составляют основу курортного лечения, поэтому знание климатических и погодных условий курорта в различные сезоны года является важным условием для правильного назначения санаторно-курортного лечения [2]. На человека оказывает влияние сложный комплекс климатических факторов: метеорологических, радиационных, земных. Их сочетание образует различные варианты погодных условий, поэтому климат рассматривается как многолетний режим погоды в данной местности.

Результаты исследований, обосновали научную концепцию механизмов влияния климатических факторов на здоровых и больных людей [4]. Исследования, проведенные в данном направлении, свидетельствуют о том, что под влиянием климатических факторов и дозированного их применения формируются ответные реакции организма, имеющие генетическое значение. Главные из них – тренировка механизмов адаптации, составляющая основу тренировки и закаливания сосудистой системы, ее реактивности, стимуляция окислительных процессов и других видов обмена. Совокупность этих механизмов составляет основу восстановления нарушенных функций системы кровообращения, нервной системы, общей и иммунологической реактивности [3].

Курортное лечение в нашей стране имеет ряд особенностей. Они заключаются в большом разнообразии климатических и погодных условий географических зон, располагающих курортами для лечения сосудистых заболеваний [5]. С одной стороны имеется выбор курортов для климатического лечения с учетом особенностей заболевания, с другой – неблагоприятное воздействие резких изменений климатических условий на течение заболевания, длительность и трудность переезда на удаленные курорты, сезонность благоприятных климатических условий, акклиматизация и др.

Действие климатических факторов на организм больного человека следует рассматривать, по крайней мере, в трех направлениях: 1) влияние улучшенных климатических условий на течение заболевания; 2) значение изменений привычных для больного климатических условий, процессов акклиматизации и акклиматизации; 3) лечебное и закаливающее действие специфических климатических процедур.

Больным с патологией сосудистой системы наиболее часто назначают лечение на климатических курортах, расположенных в зонах приморского климата побережий Черного и Балтийского морей, и в зоне умеренного климата Башкортостана и Оренбуржья. К приморским климатическим курортам относится также Владивостокская группа курортов, расположенная в зоне муссонного климата на побережье Тихого океана. Научные исследования последних 10–15 лет обосновали целесообразность курортного лечения некоторых заболеваний сосудистой системы на горных климатических курортах [6]. Ввиду изученности климатических

факторов климатогеографических зон, необходимых для лечения заболеваний сосудистой системы, следует уделить внимание особенностям климатических курортных зон, имеющих значение для проведения санаторно-курортного оздоровления отдыхающим, страдающим сосудистыми заболеваниями.

Солнечная радиация, чистый воздух приморских курортов с повышенным содержанием озона, кислорода, солей моря (йод, бром) улучшают вентиляционную и обменную функцию легких, повышают содержание кислорода в крови, уменьшают гипоксию тканей. Улучшение кислородтранспортной функции приводит к совершенствованию метаболических процессов. В итоге нормализуется центральная и периферическая гемодинамика, функция миокарда и сосудов, кровоснабжение головного мозга и его метаболизм, центральные, вегетативные звенья регуляции деятельности сосудистой системы, общая иммунологическая реактивность организма.

Такой климатический курорт, лечебный процесс которого, основан на использовании уникальных минеральных грязей, может быть расположен в живописном Абзелиловском районе республики Башкортостан, на берегах горного озера Банное (Якты-Куль).

Известно, что это чистое озеро, находящееся на высоте более 400 м над у. м., является самым полноводным пресноводным водоемом Зауралья, всей республики. Здешние места, облагороженные величественной красотой озера Якты-Куль, окруженного горами с чистым воздухом, целебными травами, славятся далеко за пределами Башкортостана и ежегодно привлекают к себе многочисленных отдыхающих, имеющих цели оздоровления, отдыха на природе.

Давно замечено, что неповторимый микроклимат курорта «Якты-Куль» оказывает самое благотворное влияние на общее состояние организма человека. Горы, окружающие санаторий, надежно защищают его от ветров и чрезмерного количества осадков. А вид спокойной водной глади действует успокаивающе на нервную систему.

Лечебный профиль подобных санаторных организаций может объединять следующие сферы лечения: костно-мышечная система и соединительные ткани; почки и мочевыводящие пути; гинекология, урология, женское и мужское бесплодие; нервная система органы дыхания; система кровообращения

В зависимости от личных предпочтений и материального положения к услугам отдыхающих необходим широкий спектр номеров: комфортабельные люксы, двухкомнатные одно- и двухместные апартаменты, двухместные номера улучшенной планировки, одноместные номера с застекленным балконом, современной мебелью и столовыми приборами. Независимо от класса, все номера должны быть оснащены санузлами с душевыми кабинами, холодильниками и телевизорами. Практически из каждого номера может открываться вид на озеро, либо гору Карангылык.

Жилые и лечебные корпуса должны быть соединены между собой крытыми галереями для комфортного перемещения между функциональными частями средства размещения. Необходима просторная столовая, позволяющая одновременно принять до 280 чел. На протяжении дня отдыхающие будут получать пятиразовое питание с диетическим уклоном. Все блюда будет возможно заказать заранее, выбирая их из объемного меню, а проживающим в номерах с повышенной комфортностью, предоставляется «шведский стол». Стандартный рацион будет предусматривать наличие в своем составе большого количества мяса, рыбы и овощей. На протяжении всего года в него, в обязательном порядке, будут включаться витаминные составляющие на основе натуральных соков и свежих овощей, фруктов и зелени. Даты заезда и продолжительность проживания в курортной зоне отдыхающие определяют самостоятельно.

Список использованных источников

1. *Акимова Т.В.* Климатический туризм: современное состояние. Экология. М., 2009.
2. *Акимова Т.В.* Туристическая логистика и экология. М., 2006.
3. *Бродский А.К.* Повышение эффективности туристической инфраструктуры. М., 2006.
4. *Воронков Н.А.* Рекреационные учреждения. М., 2006.
5. *Коробкин В.И.* Климатический туризм. Ростов н/Д, 2007.
6. *Николайкин Н.И.* Приморские санатории. М., 2008.

А.А. Мищенко, Н.А. Мищенко, З.П. Щеглова

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОРЯЧЕ-КЛЮЧЕВСКОЙ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ

Кубанский государственный университет

Summary: Resort and recreation area of Goryachy Klyuch is formed, stable operating system, tourist and recreational leisure, treatment and recreation. However, there are environmental problems of rational use and protection of natural and therapeutic and recreational resources of the resort. There is an increasing anthropogenic pressure on the territory of the spa park and recreational pressure on the park adjacent to the mountain slopes, which requires the preservation and restoration of elements of the natural environment.

Keywords: Natural and recreational resources, recreational nature, landscape complexes, resort and recreation area, parkland, hydro facilities.

Особенность Горяче-Ключевской курортной зоны заключается в том, что ее современная рекреационная и лечебная база представлена такими курортологическими факторами, как гидроминеральная база, благоприятные биоклиматические показатели, ландшафтные комплексы, способствующие ландшафтной терапии и рекреации. Курортная зона Горячего Ключа характеризуется наличием развитой курортной инфраструктуры, квалифицированностью обслуживающего персонала, доступностью для отдыхающих из разных регионов страны и т.д.

В развитии санаторно-курортной сферы большое значение имеют социально-экономические факторы. По данным обследования, выполненного группой исследователей [1] большая часть отдыхающих приезжают на курорт Горячий Ключ ежегодно. Время пребывания отдыхающих в Горячем Ключе в среднем составляет 2–3 недели, что связано с продолжительностью курса санаторного лечения. Удовлетворенность средствами размещения большинством рекреантов оценивалась на 4–5 баллов. В целом отдыхающие удовлетворены лечением. Высокие оценки получило экскурсионное обслуживание, хотя оно лимитировано санаторным режимом. Расходы денежных средств туристов в Горячем Ключе составляют

около 60%. Оставшиеся средства туристы хотели бы потратить на приобретение лечебно-оздоровительных услуг. По всей вероятности, туристов не совсем устраивает высокая стоимость предлагаемых услуг. С точки зрения потребителей, на курорте недостаточный ассортимент лечебных услуг. Необходима диверсификация турпродукта путем развития видов туризма, имеющих ресурсный потенциал, а также новых видов туризма. Курорт Горячий Ключ, где почти половина туристов – пенсионеры, может продолжать специализироваться на приеме старших возрастных групп, но при этом необходимо совершенствовать качество предоставляемых услуг, снижать цены, развивать индустрию развлечений, экскурсионную деятельность. Возможна также диверсификация турпродукта для привлечения других категорий туристов, в частности семей с детьми [2].

Сочетание и взаимодействие природных предгорных ландшафтов и долинных комплексов реки Псекупс, образованных парковыми насаждениями, является привлекательным для отдыхающих. Исследуемая территория представляет собой переходную экотонную систему «низкогорье – долина р. Псекупс». На склонах низкогорий расположен горный парк с проложенной сетью дорожек терренкура. Долина р. Псекупс наиболее преобразована – здесь расположены курортный парк, инфраструктурные объекты санаториев «Горячий Ключ» и «Предгорье Кавказа», водолечебница, питьевая галерея и др.

Старинный Горячеключевской парк был заложен еще в 1870 г. Последующие годы существования не прошли даром для парка – он значительно расширился и благоустроился. Широкие тенистые аллеи состоят из самых разных растений. Парк не имеет точных границ – он постепенно сливается с лесом, который простирается прямо за пределами парка. Однако в последнее время наблюдается усиление антропогенного пресса на территорию самого парка. На центральной аллее от входа в парк до набережной р. Псекупс насчитывается около двух десятков киосков и заведений, торгующих мороженым, выпечкой, рестораны, примерно столько же киосков экскурсионных бюро, торговли сувенирами и товарами для отдыхающих, около десятка киосков реализующих лечебные травы и снадобья, не считая предприятий общественного питания и другой торговли в корпусах санаториев, ЛДО, ванного здания и питьевой галереи Обилие учреждений такого рода превращает главные аллеи парка в торговые

ряды, что далеко не способствует эффективности рекреационных занятий отдыхающих.

Горяче-Ключевская курортно-рекреационная зона является сформировавшейся устойчиво функционирующей туристско-рекреационной системой отдыха, лечения и рекреации на территории Краснодарского края. Как и на любой другой территория здесь имеются экологические проблемы рационального использования и охраны природно-лечебных и рекреационных ресурсов и дальнейшего развития. Высокий уровень рекреационной нагрузки, который наблюдается на территории курортного парка и прилегающих склонах горного парка требует искусственной поддержки почвенно-растительного покрова и животного мира.

Ландшафтная привлекательность, близость к краевому центру и возрастающая доступность, обусловленная увеличением количества личного автотранспорта, определяют нахождение здесь рекреационной зоны пригородного отдыха жителей г. Краснодара. Все это приводит к усилению антропогенного давления на ландшафты и вызывает их деградацию. Происходит усиление эрозии почв на горных склонах, главной причиной которой является интенсификация поверхностного стока. Почвозащитное значение горных лесов тесно связано с их водорегулирующими функциями. Положительным фактом явилась организация тропиночной сети терренкура на склонах Абадзехской горы и скалы Спасения (Петушок). Прокладка туристами многочисленных троп вызвала образование линейных эрозионных форм стока, уплотнение почвы, обеднение видового состава растительных сообществ и снижение продуктивности. В лесу наиболее отчетливо наблюдается эта реакция у травяно-кустарничкового покрова. Интенсивностью вытаптывания определяется распространение в фитоценозах различных типов таких космополитных сорных видов как подорожник, одуванчик, спорыш, манжетка, мятлик и др. Дорожная рекреация минимизирует уплотнение почвы, что позитивно сказывается на функционировании прилегающих лесных сообществ [3].

В условиях интенсивного развития процессов урбанизации все большее значение приобретает необходимость сохранения элементов естественной среды обитания. При этом по данным исследования многих ученых, естественная среда может эффективно выполнить роль здоровой среды в том случае, если доля измененной человеком природной подсистемы не превышает 40% [4]. На территории

курорта Горячий Ключ этот показатель на отдельных участках значительно превышен. Поэтому существует необходимость сохранения и дополнительной охраны природно-лечебного потенциала территории. Рекреационное использование территории Горячего Ключа на протяжении более 150 лет показывает, что помимо Псекупских минеральных вод лечебно-оздоровительные функции выполняет весь природный ландшафт. Поэтому кроме защиты недр необходимо создать комплексную особо охраняемую природную территорию регионального статуса.

Список использованных источников

1. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Карпова Ю.И.* Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края: удовлетворенность отдыхающих как отражение современного состояния / Глобальный научный потенциал. СПб., 2014. №8(41).
2. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Салеева Т.В., Куделя Е.В.* Исследование удовлетворенности туристов организацией отдыха на курортах Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.
3. *Оборин М.С.* Особенности анализа рекреационной и антропогенной нагрузки вследствие санаторно-курортной и туристской деятельности / Геогр. Вестн. Пермского гос. ун-та., 2010. №2.
4. *Оборин М.С.* Экологический каркас рекреационных систем лечебно-оздоровительного направления / Вестн. Ставропольского гос. ун-та, 2011. Вып. 74.

Э.Ю. Нагалевский, Ю.Я. Нагалевский,
Н.В. Харченко, В.П. Завгородняя

ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ВОДНЫЕ ОБЪЕКТЫ И ИХ РОЛЬ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Considered specially protected water bodies of the Krasnodar Territory. Take into account different levels of reservoirs with the classification of international, federal and regional level. A list of protected water bodies after their inventory in 2013. The role of protected water areas for tourist and recreational complex.

Keywords: water body, water protection level (international, federal, local), reserve, wetlands, marshes, recreation.

Организация, охрана и использование особо охраняемых природных территорий (ООПТ) регламентируется федеральным Законом «об особо охраняемых природных территориях» № 33-ФЗ от 14.03.1995 г. и Законом Краснодарского края «Об особо охраняемых природных территориях Краснодарского края» № 656 от 31.12.2003 г.

Порядок признания водных объектов или их частей особо охраняемыми водными объектами определен ст.66 Водного кодекса РФ. На территории ООПТ любого статуса может находиться особо охраняемый водный объект. В крае в соответствии с действующим законодательством особо охраняемые водные объекты включают следующие территории:

– международного значения: объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Западный Кавказ» в который вошли 2 территории водно-болотных угодий (ВБУ), известные под названием Рамсарские водно-болотные угодья «Дельта Кубани» [2];

– федерального уровня: государственный природный заказник «Приазовский»;

– краевого уровня: включая 51 водный объект в 2007 г. [3], после инвентаризации в 2013 их осталось 45: 12 озер, в месторождениях минеральных вод в Белореченском районе; 3 источника сероводородной воды в Туапсинском районе;

– памятники природы – Приазовские плавни, 19 родников, 7 водопадов, 2 ручья [4].

Наибольшие площади заняты водными ландшафтами, имеют: 1) Рамсарские ВБУ «Дельта Кубани» – 173 тыс. га.; 2) Заказник «Приазовский» площадью 42 тыс. га, входящий в систему ВБУ «Дельта Кубани».

Государственный природный заказник «Приазовский» был образован в 1958 г. с целью сохранения, воспроизводства и восстановления объектов животного мира, а также биоценозов плавневых экосистем Восточного Приазовья. В 1996 г. ему был присвоен статус Государственного природного заказника, где из общей площади 42,2 тыс. га. на плавни приходится 24,1, а на лиманы 9,88 тыс. га. Охранная зона заказника составляет 15,6 тыс. га.

Заказник выполняет следующие задачи: сохранение, восстановление и воспроизводство объектов животного мира, в том числе водных биологических ресурсов; сохранение среды обитания и путей миграции объектов животного мира; проведение научных исследований; осуществление экологического мониторинга.

В заказнике осуществляется режим особой охраны территории, где запрещается: 1) промысловая, спортивная и любительская охота: 2) промышленное, спортивное и любительское рыболовство в период размножения, выращивания молодняка, нагула, зимовки и сезонных миграций; 3) сбор зоологических, ботанических, минералогических коллекций и палеонтологических объектов без согласования с Минприроды России.

Рамсарское ВБУ «Дельта Кубани» было образовано в 1994 г. на территории четырех районов: (Приморско-Ахтарского, Калининского, Славянского и Темрюкского, включая большую часть современной дельты). Это один из главных в Европе очагов постоянного и временного обитания водоплавающих птиц Евразии (рис. 1). Из числа постоянно обитающих в дельте р. Кубани видов птиц 18 видов занесены в Красные книги Международного союза охраны природы (МСОП), Российской Федерации и Краснодарскою края. Кроме того, в дельтовых водоемах обитает 65 видов рыб, из них к редким и исчезающим относятся 8 видов, включая осетровых. Редкие водные беспозвоночные насчитывают 20 видов.

Рис. 1 – Рамсарское водно-болотное угодье «Дельта Кубани»

Охраняемыми объектами угодий являются: побережье Азовского моря, в том числе плавни и лиманы Прикубанской низменности с водно-болотной, солончаковой, луговой и степной растительностью, редкие и исчезающие виды растений и животных, занесенные в Красную книгу РФ.

В рекреационную зону ВБУ «Дельта Кубани» входит морская береговая зона ВБУ используемая как курортная зона в городах Темрюк и Приморско-Ахтарск. Масштабы нагрузок на окружающую среду здесь невысокие. Охота и рыбалка – весьма распространенные виды активного отдыха с потенциальными возможностями около 200 тыс. чел. При этом используется 2,5 тыс. моторных лодок и около 3 тыс. гребных лодок и каюков [3].

В г. Приморско-Ахтарске работает турбаза «Лотос», Которая осуществляет лодочные туристические маршруты в лиманах Ахтарско-Гривенской системы. Повсеместно в отдельных местах в указанные сроки осуществляется спортивное и любительское рыболовство. Объявлены государственным памятником природы

местного значения 2 участка произрастания лотоса орехоносного лиманы Кирпильский и Замарайкин Куток в Приморско-Ахтарском районе. В лиманах Ахтарско-Гривенской системы произрастает водяной орех – чилим, являющийся эндемиком для данных лиманов.

В 2013 г. проводилась работа по утверждению уточненных границ и площадей памятников природы регионального значения, включая гидрологические, в рамках которой: утверждены границы и паспорта памятников природы.

В настоящее время отработан механизм внесения сведений об особо охраняемых природных территориях, как о зонах с особым режимом использования, в государственный кадастр недвижимости.

С целью сохранения и улучшения экологической обстановки ВБУ «Дельта Кубани» необходимо: 1) расширить площадь водно-болотного угодья «Дельта Кубани», включив в него участки ВБУ в Темрюкском, Приморско-Ахтарском и Ейском районах, имеющих наибольшую природоохранную значимость; 2) разработать программу берегозащитных и противо-эрозионных мероприятий на территории ВБУ «Дельта Кубани»; 3) целесообразно выделить в Рамсарском угодье «Дельта Кубани» зону абсолютного покоя шириной 1 км в прибрежно-морской полосе, включая 300 м водной поверхности и 700 м сухопутной полосы и провести рекреационное районирование.

Список использованных источников

1. *Нагалевский Э.Ю. Нагалевский Ю.Я., Иньшаков К.А.* Особо охраняемые природные территории дельты реки Кубани // Защита окружающей среды в нефтегазовом комплексе. 2013. № 12.

2. *Нагалевский Ю.Я., Нагалевский Э.Ю.* Уровни управления и контроля за системой особо охраняемых природных территорий Северо-Западного Кавказа. География и современные проблемы естественнонаучного познания. Екатеринбург, 2009.

3. О состоянии природопользования и об охране окружающей среды в 2007 г.: доклад. Краснодар, 2008.

4. О состоянии природопользования и об охране окружающей среды в 2013 г.: доклад. Краснодар, 2014.

Ю.Я. Нагалевский, Э.Ю. Нагалевский,
Ю.С. Таценко, Н.В. Харченко

КУРОРТЫ МЕСТНОГО ЗНАЧЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The article considers the local resorts of the Krasnodar Territory. Represented by their geography, marked therapeutic areas, with healing factors. Is a type of each of the 28 local resorts disclosed development prospects for development of resort and recreational complex edge.

Keywords: local resorts, resort areas, type of resort, medical base resorts.

В связи с наметившейся тенденцией увеличения туристического потока, на территорию Краснодарского края и особенно на Черноморское побережье, необходимо разработать комплекс природоохранных мероприятий и приложить максимум усилий для сохранения туристско-рекреационного потенциала края.

Краснодарский край является ведущим регионом РФ по представлению рекреационно-туристских услуг. Обусловлено это, в первую очередь, наличием источников минеральных вод и лечебных грязей, что в сочетании с уникальными климатическими и природно-рекреационными факторами создает специфическую систему рекреационных, курортных комплексов. В 2014 г. край посетило свыше 12 млн отдыхающих и туристов, причем большая их часть приходится на Русское Причерноморье [1]. Курортно-туристический комплекс края представлен 836 санаторно-курортными организациями, организациями отдыха и туристическими базами на 188,2 тыс. мест [3, 4]. Основной рекреационный потенциал края сосредоточен на Черноморском побережье (Причерноморский рекреационный район), включающий федеральный курорт Сочи, федеральный курортный регион Анапа, федеральный курорт г. Геленджик и Туапсинский курортный регион краевого значения.

Второй рекреационный район формируется на Азовском побережье и представлен организациями отдыха и туризма Ейского, Щербиновского, Приморско-Ахтарского, Славянского и Темрюкского районов.

Третий рекреационный район расположен вдоль северного склона Большого Кавказского хребта: г. Лабинск, Апшеронский и Отрадненский районы.

Для выполнений этих задач по расширению рекреационных территорий края, необходимо развивать курорты местного значения. Постановлением главы администрации от 7 августа 1997 г. № 332 в Краснодарском крае был утвержден перечень курортов местного значения.

География курортов довольно разнообразна и представлена:

– в степной части края районами – Белореченским, Каневским, Кущевским, Славянским и Щербиновским;

– в предгорной части районами – Апшеронским, Мостовским, Отрадненским и г. Лабинск;

– в Приморской части Азовского моря – Ейским, Приморско-Ахтарским и Темрюкским;

– на Черноморском побережье – г. Туапсе.

В каждом из названых районов выделен перечень местностей, обладающих разнообразными лечебными факторами: климатическими, минеральными водами, лечебными грязями, уникальными ландшафтами, обладающие привлекательностью и своей неповторимостью (табл.1) [2].

Наиболее обустроенным в настоящее время является бальнеологический курорт г. Лабинск, использующий минеральные и термальные воды с температурой на выходе скважин 80 ^{0}С (санаторий «Лаба») [5].

Курорт местного значения г. Хадыженск, где функционирует санаторий «Минеральный», использующий йодобромную воду местного источника, которая считается единственной в своем роде на территории РФ. Основа лечения – ванны с йодобромной водой. Специализируется учреждение на лечении заболеваний нервной системы, сердца и сосудов, желез внутренней секреции. Соответствующие условия созданы для реабилитации. Работает бальнеолечебница в Белореченском районе (с. Великовечное) без инфраструктуры размещения. Отдыхающие устраиваются самостоятельно в частном секторе. Минеральные воды уникальны и не имеют аналогов по своим лечебно-оздоровительным показателям.

Потенциал других курортных местностей (табл.1) недооценен и практически не используется в лечебно-оздоровительных целях.

Табл. 1 – Курорты местного значения

№ п/п	Наименование административного образования	Наименование местностей, объявленных курортами местного значения	Тип курорта	Лечебные факторы
1	Апшеронский район	г. Апшеронск	бальнеологический	мин. и терм. воды
2		г. Хадыженск	бальнеологический	мин. воды
3		ст-ца Нефтяная	бальнеологический	мин. воды
4	Белореченский район	с. Великовечное	бальнеологический	мин. воды
5	Ейский район	ст. Должанская	приморско-климатический	море, мин. воды, грязи
6		ст-ца Камышеватская	грязевой	грязи, климат
7	Каневской район	ст-ца Привольная	грязевой	грязи
8	Кущевский район	ст-ца Кущевская	грязевой	мин воды
9	г. Лабинск	г. Лабинск	бальнеологический	мин воды
10	Мостовской район	пос. Мостовской	горно-климатический	климат, терм. воды
11		пос. Псебай	горно-климатический	климат, ландшафт
12		пос. Куйбышева	горно-климатический	термальные воды
13	Отрадненский район	ст-ца Отрадная	бальнеологический	климат
14		ст-ца Удобная	бальнеологический	ландшафт
15	Приморско-Ахтарский район	г. Приморско-Ахтарск	приморско-климатический	лечебные грязи
16		Ясенская коса	приморско-климатический	лечебные грязи
17	Славянский район	г. Славянск-на-Кубани	приморско-климатический	лечебные грязи
18		пос. Ачуево	приморско-климатический	море
19	Темрюкский район	ст-ца Голубицкая	приморско-климатический	климат, море
20		ст-ца Запорожская	приморско-климатический	климат, грязи
21		ст-ца Тамань	грязевой	климат, грязи
22		пос. Кучугуры	приморско-климатический	море
23		пос. Янтарь	приморско-климатический	море
24	г. Туапсе	г. Туапсе	приморско-климатический	субтропический климат
25	Щербиновский район	с. Глафировка	приморско-климатический	море, грязи
26		с. Шабельское	приморско-климатический	море

Список использованных источников

1. Доклад «О состоянии природопользования и об охране окружающей среды Краснодарского края в 2013 г.». Краснодар, 2014.
2. Минеральные воды и лечебные грязи Кубани: научно-популярное издание. Краснодар: Северный Кавказ, 2012.
3. *Нагалевский Ю.Я., Нагалевский Э.Ю.* Краснодарский край как ведущая база индустрии отдыха и туризма в РФ / Непрерывное географическое образование: Новые технологии в системе высшей и средней школы. Гомель, 2013.
4. *Нагалевский Ю.Я., Стонтова Ю.В.,* География гидротермальных ресурсов Краснодарского края / Развитие регионов в XXI в. Владикавказ, 2013.
5. *Стонтова Ю.В., Нагалевский Э.Ю., Харченко Н.В., Погребицкая В.Э.* Курорт местного значения г. Лабинск / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

С.В.Парамонова, А.В. Шаврина, А.Н. Задорожняя

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: in the following article are discussed the problems and prospects of development of companies children's holidays.

Keywords: the children's health program activities, services, factors of consumer demand, satisfaction, needs.

Актуальность исследований проблем функционирования и развития предприятий детского оздоровительного отдыха обусловлена экономической, социальной и политической значимостью вопросов формирования и накопления человеческого капитала, определяющих уровень национальной безопасности.

Предприятия детского оздоровительного отдыха, фактически являясь механизмом удовлетворения натуральных потребностей ребенка в психофизической активности и здоровье, воздействуют на будущие темпы экономического роста через поддержание здоровья населения и наращивание потенциального ресурса трудоспособности государства.

Непосредственное влияние программ детского оздоровительного отдыха на формирование и улучшение качества человеческого капитала обусловлено реализацией мероприятий по трем взаимосвязанным направлениям оздоровительно-воспитательного процесса в детском оздоровительном лагере:

− *организация отдыха, включающая* комплекс специальных мероприятий социального, воспитательного, гигиенического, спортивного характера, которые обеспечивают восстановление физических и психических функций детского организма, содействуют развитию духовности и социальной активности детей;

− *организация оздоровления, включающая* комплекс специальных мероприятий, направленных на улучшение и укрепление физического и психологического состояния здоровья детей;

− *воспитание личности путем* создания среды, способствующей самореализации личности, раскрытию талантов, приобретению жизненного опыта, приобщению детей к разным видам деятельности: познавательной, трудовой, игровой, художественно-эстетической, экологической.

Функционирование предприятий детского оздоровительного отдыха в Краснодарском крае серьезно воздействует на развитие других сфер и отраслей экономики и оказывает опосредованное воздействие на темпы экономического роста через расширение санаторно-курортной индустрии, обусловливающей развитие современных направлений сферы социальных услуг, создание новых рабочих мест, повышение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней [1].

Исследование проблем формирования спроса на услуги предприятий детского оздоровительного отдыха позволяет выявить и определить перспективные направления развития программ детского отдыха, адаптированных к условиям всех сезонов и обеспечивающих круглогодичное функционирование оздоровительного учреждения [2]. Опыт организации и функционирования предприятий

детского оздоровительного отдыха в Краснодарском крае свидетельствует о разных тенденциях и подходах. Можно выделить два противоположных подхода. В одном случае созданы все условия для детского досуга. Разрешается почти все, что не вредит детскому здоровью. Другой подход предполагает не потребление созданных чужими руками удовольствий, а пробуждение стремления к собственной разнообразной деятельности.

Развитие перспективных программ дополнительного образования и оздоровления детей в каждом лагере может иметь свою специфику в формах и средствах работы с детьми, но важно учитывать следующие приоритетные положения:

– детские оздоровительные лагеря являются частью социальной среды, в которой дети реализуют свои возможности, потребности в индивидуальной, физической и социальной компенсации;

– в основе деятельности детского оздоровительного лагеря лежат принципы массовости и общедоступности мероприятий по интересам; развития творчества и самодеятельности; социально значимой направленности деятельности; единства оздоровительной и воспитательной работы с детьми; взаимосвязи с семьей и социальной средой;

– детские оздоровительные лагеря характеризуют предметно-практическую деятельность, конкретные жизненные ситуации, которые помогают познать ребенка, выстроить отношения между детьми, детьми и взрослыми.

Одной из важнейших характеристик современного детского оздоровительного лагеря является ориентация на интересы ребенка. Следовательно, необходимо наличие достаточно большого числа видов деятельности, возможность их свободного выбора и составление индивидуальных программ в сочетании с четким определением количества обязательных оздоровительных процедур, занятий и распорядка их посещения. Все это создает удачную комбинацию индивидуального и коллективного подхода в организации оздоровительного процесса.

Предприятия детского оздоровительного отдыха могут и должны обеспечивают высокую эффективность функционирования, в частности, реализуя профилактические мероприятия и снижая расходы на лечение за счет опережения медицинского вмешательства и недопущение тяжелых форм проявления заболеваний. Рост

эффективности также возможен за счет разработки и внедрения круглогодичных программ отдыха и оздоровления, обеспечивающих систематическую поддержку показателей детского здоровья в России.

Необходимо проводить пропаганду услуг предприятий детского оздоровительного отдыха, в том числе в несезонное время, через рекламу, устанавливать льготы на этот период. Проблема формирования устойчивого спроса в период межсезонья может решаться по-разному. Например, в Великобритании с целью равномерного распределения внутреннего туристического потока Палата лордов приняла решение скорректировать сроки и продолжительность школьных каникул.

Ключевым направлением развития детского оздоровительного лагеря является формирование потребностей и установок на заботу о здоровье у различных категорий населения, что предполагает разработку системы воспитания и обучения навыкам здоровья различных групп населения, начиная с первых лет жизни человека. Благодаря этому могут активно развиваться отрасли, направленные на организацию отдыха и оздоровления, базирующиеся на преимущественном использовании естественных лечебных факторов – климата, минеральных и термических вод, морских купаний, лечебных грязей, и включающие также психологические аспекты оздоровления: перемена обстановки и отвлечение от привычных условий труда и быта. Оздоровление включает в себя восстановление, сохранение, компенсацию здоровья, расширение адаптационных возможностей организма, повышение устойчивости к воздействию многообразных факторов, причем здоровье необходимо рассматривать в единстве физических и психических его составляющих.

Высокие показатели физического и духовного здоровья населения являются важнейшим условием и прочной основой для накопления человеческого капитала страны. Именно общественное здоровье, будучи важнейшим свойством трудовых ресурсов, постепенно становится ведущим фактором экономического роста.

Для реализации задач по формированию потребностей и установок на заботу о здоровье необходима на всех уровнях государственная поддержка здорового образа жизни.

Необходимость решения проблем повышения эффективности программ детского оздоровительного отдыха и формирования устойчивого потребительского спроса на услуги соответствующих

предприятий санаторно-курортного комплекса обусловлена тем обстоятельством, что Россия провозглашает себя государством социальным. Следовательно, должна формироваться и функционировать в полной мере система институтов по поддержанию детского здоровья и накоплению человеческого капитала. В этом состоят стратегические цели, и выражается результативность социального государства.

Список использованных источников

1. *Парамонова С.В., Шаврина А.В., Варгина Н.А.* Развитие санаторно-курортной сферы: проблемы и решения / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014. №1.
2. *Шаврина А.В., Шапкина А.Г.* Способы организации детского и семейного отдыха на курорте // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2014. № 2.

А.В. Погорелов, Е.С. Бойко

ЛЕДНИК ФИШТ (ЗАПАДНЫЙ КАВКАЗ): ДИНАМИКА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Кубанский государственный университет

Summary: According to the airborne laser scanning and previous observations the evolution of the glacier Fischt (Western Caucasus) for 1909-2010 was described. High-precision digital surface model of Fischt mountains was built. The values of retreat, area reduction and vertical changes in the glacier surface are calculated.

Keywords: Glacier Fischt, airborne laser scanning, digital elevation model, map measurements

Работа нацелена на оценку изменения поверхности и границ ледника Фишт (другое распространенное название – Большой Фиштинской ледник) за последние десятилетия. В основе исходных данных – исследования Н.А. Морозова (1910), результаты тахеометрической съемки Б.А. Тарчевского, а также материалы

воздушного лазерного сканирования (лидарной съемки) и аэрофотосъемки 2010 г.

Гора Фишт (высшая отметка 2868 м) расположена на Западном Кавказе в междуречье Белой и Пшехи; является самым западным очагом современного оледенения на Кавказе. С.П. Лозовой (1984) вслед за Н.А. Морозовым справедливо указывает на редкую морфологическую особенность ледника Фишт: это переметный ледник с неярко выраженным водоразделом (ледоразделом). Один из двух языков ледника уходит на северо-запад в бассейн р. Пшехи, другой – на северо-восток в долину р. Белой. Коэффициент концентрации осадков на леднике, по нашим оценкам, не намного больше 1, что весьма нетипично для ледников Западного Кавказа. Ярким антиподом ледника Фишт в этом смысле выглядит Малый Фиштинский ледник, расположенный в глубокой теснине с повышенной аккумуляцией снега при относительно малой абляции.

Материалы воздушного лазерного сканирования (ВЛС) и аэрофотосъемки используются для решения широкого круга инженерно-изыскательских задач, но их исследовательский потенциал этим не ограничивается. В настоящее время ВЛС – одно из наиболее эффективных средств высокоточных измерений и моделирования различных геоповерхностей, включая поверхности горных ледников и снежников. Мировой опыт использования данных воздушного лазерного сканирования в изучении состояния и оценки динамики ледников и снежного покрова пока довольно скромен, а в России подобные исследования единичны [5, 1]. Лазерное сканирование и аэрофотосъемка района ледника выполнены ООО «АэроТех» (Краснодар) в сентябре 2010 г. На этапе подготовки нами произведен контроль точек лазерного отражения, отобраны данные, покрывающие ледник Фишт, и при помощи программы ArcGIS (Esri) построена модель поверхности (ЦМР) с разрешением 1 м.

Сравнение границ (рис. 1) показывает, что наибольшие изменения плановых очертаний ледника относятся к области абляции. Западный язык отступил приблизительно на 150–230 м, восточный – на 100–130 м. «Средний рукав», показанный на схеме Н.А. Морозова, и вовсе к середине XX в. исчез.

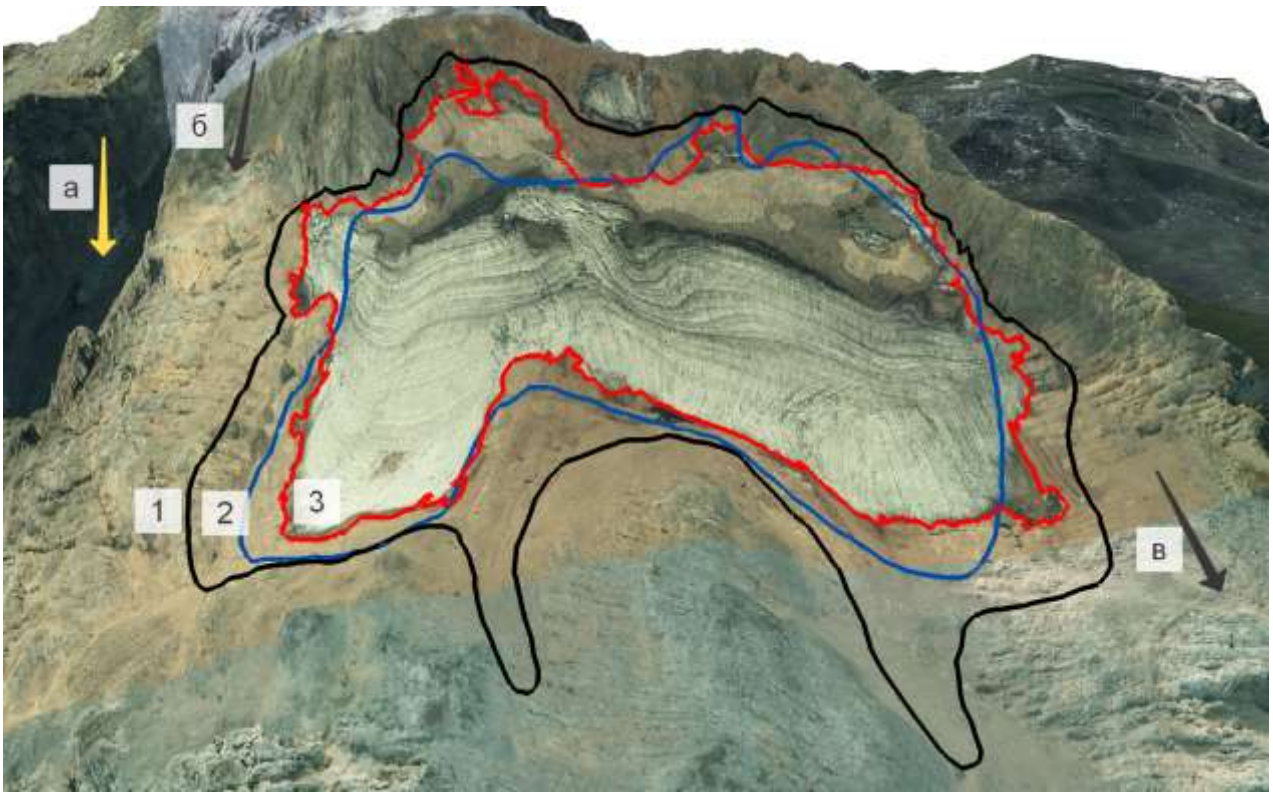

Рис. 1 – Границы ледника по данным Н.А. Морозова в 1909 г. (1), Б.А. Тарчевского в 1982 г. (2) и съемки 2010 г. (3). Стрелками показаны Малый Фиштинский ледник (а), остатки «*восточного ледника Б. Фишта*» (б) (название Н.А. Морозова), гребень боковой морены (в)

Площадь ледника последовательно уменьшалась: от 0,95 км^2 [4], 0,9 км^2 [2] до 0,591 км^2 по данным лазерного сканирования. Высота низшей точки ледника в 1909 г. – 2380 м, в 2010 г. – 2449,5 м.

Горизонтали на плане Б.А. Тарчевского послужили источником данных для построения цифровой модели рельефа, включающей поверхность в области ледника, по состоянию на август 1982 г. В результате вычисления разности между поверхностями 1982 и 2010 гг. построена поверхность, отражающая современные изменения ледника Фишт за 28 лет. Расчет вертикальных изменений поверхности осуществлялся в границах измерений 1982 г. (рис. 2).

Согласно гистограмме полученного растра (рис. 2) средняя величина вертикального изменения поверхности равна – 2 м при стандартном отклонении 6 м. В целом поверхность ледника при всех допущениях к оценкам за 1982–2010 гг. понизилась на указанную величину, хотя вертикальные изменения поверхности в разных частях ледника имеют дифференцированный характер.

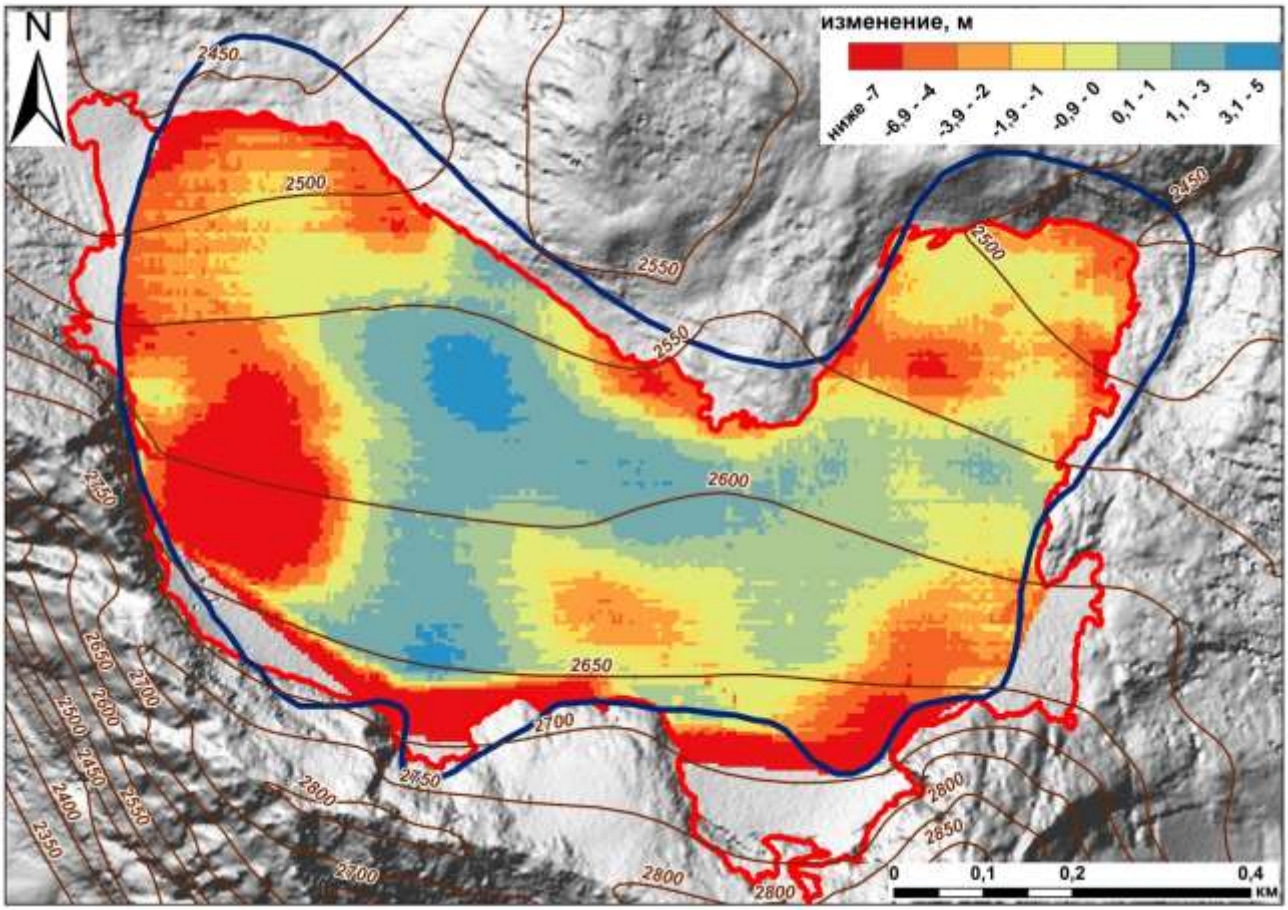

Рис. 2 – Изменение поверхности ледника Фишт с 1982 г. по 2010 г.

Относительно небольшое понижение поверхности говорит о гляциоклиматическом равновесии и относительном стационировании ледника в последние десятилетия. Об этом свидетельствуют и фактически неизменившиеся за 1982–2010 гг. высоты концов языков: 2450 (2449,5) м (восточный) и 2450 (2450,5) м (западный).

Полученная нами по материалам воздушного лазерного сканирования высокоточная модель поверхности горы Фишт послужит основой будущих геодезических измерений и мониторинга местных ледниковых образований.

Список использованных источников

1. *Бойко Е.С., Погорелов А.В.* Применение лазерного сканирования в исследованиях рельефа и снежного покрова. Морфометрический аспект. Новосибирск. 2012.

2. Каталог ледников СССР. Т.8. Ч.1–4. Бассейн р. Кубани. Л., 1967.

3. *Лозовой С.П.* Лагонакское нагорье. Краснодар. 1984.

4. *Морозов Н.А.* Геологические исследования в области массива Фишта и Оштена на Западном Кавказе / Изв. СПб. политехн. ин-та. Т. XIV. 1910. Вып. 2, 3.

5. *Погорелов А.В., Бойко Е.С., Ризаев И.Г.* Применение воздушного лазерного сканирования для моделирования поля снежного покрова на горных склонах // Пространственные данные. 2007. №4.

И.Э. Погребицкая, Д.Ю. Шуляков

ПОСЛЕДСТВИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА И ЭКСПЛУАТАЦИИ ДОРОГ В КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ ГОРНОЙ И ВЫСОКОГОРНОЙ ЧАСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Recently in mountainous and high-mountainous part of Krasnodar region's active construction and reconstruction of roads has begun that was not typical for this area. This caused a number of impacts associated with the activation of hazardous natural processes along them.

Keywords: Classifications of landslips, Landslips, risk, management of risk, the forecast of landslips, damage.

В последнее время в горной и высокогорной части Краснодарского края активно началось строительство и реконструкция дорог, что прежде было не характерно для данной территории. Это вызвало ряд последствий, связанных с активизацией опасных природных процессов вдоль них.

Данная местность относится к областям повышенного риска возникновения и проявления различных геологических процессов, обусловленных как природными, так и техногенными факторами активизации. Возникновение проявлений геологических процессов в свою очередь приводит к определенным последствиям.

Одним из наглядных примеров, результата деятельности опасных природных процессов является реконструированная узкоколейная железная дорога (далее ужд) в Гуамском ущелье,

Апшеронский район Краснодарского края. Эта дорога действует с 1927 г. и является остатками ветки Апшеронская – Самурская – Гуамка – Мезмай – Темнолесская – Камышанова Поляна, ужд Апшеронского леспромхоза (http://uzkokoleika.info). С 1978 г. ущелье является ландшафтным памятником природы с заповедным режимом охраны и находится на землях Апшеронского лесхоза. Расположено в северной части Лагонакского нагорья, на участке долины р. Курджипс, врезанной между хребтами Лагонакский и Гуама. Ущелье выработано в мощной толще известняков и доломитов верхней юры и нижнего мела. В плане оно сильно изломано. Достигает длины 3 км, при ширине по руслу р. Курджипса, местами не превышающей 2 м. Глубина до 400 м. В пределах ущелья р. Курджипс падает на 95 м [2]. Врезание Курджипса углубляет ущелье, увеличивает крутизну его склонов, что ведет к поступательной активизации склоновых процессов. Обломочный материал в его русло поставляют сходящие со склонов оползни, обвалы и сели.

В 1995–2000 гг. сообщение по ужд между г. Апшеронск – пос. Мезмай и пос. Гуамка ввиду экономических причин прекратилось, соответственно прекратилось и поддержание ужд в рабочем состоянии, что привело к медленному сползанию и разрушению железнодорожного полотна [3].

В 2006–2007 гг. железнодорожное полотно от с. Гуамка до п. Мезмай, за счет бюджетных средств было восстановлено полностью, однако при этом не соблюдались строительные нормы и правила, не проводились противооползневые мероприятия, диаметр дренажных труб заложенных под полотном явно не соответствовал необходимой пропускной способности и прочее.

С 2009 г. по ущелью курсирует туристический поезд, который проходит по ущелью только 2 км из 8 км и возвращается обратно, проезд ограничен из-за состояния железнодорожных путей. Далее в п. Мезмай можно проехать только на самодельной мотодризине.

Весной 2011 г. после обильных и продолжительных осадков резко активизировались экзогенные процессы в Апшеронском районе, в частности в Гуамском ущелье, на левом борту р. Курджипс. Наиболее активные проявления экзогенных процессов наблюдались вдоль полотна узкоколейной железной дороги (далее ужд) на участке пос. Мезмай – р. Сухая балка. Они выразились в сходе одного крупного оползня на полотно ужд (рис. 1), и повреждение полотна

серией более мелких оползней, а также отложением конусов выноса на полотне ужд в устьях селеопасных балок и ручьев [3].

Участок пос. Мезмай – р. Сухая балка и ранее подвергался воздействию различных экзогенных процессов. Предпосылки возникновения оползней на данном участке возникли ещё в 1975 г. при строительстве в верхней части ущелья лесовозной дороги из п. Гуамка в п. Мезмай. При проходке скального массива бурились шурфы глубиной до 12 м в них закладывались взрывчатые вещества и производились взрывные и дорожно-строительные работы, при этом известняковый массив дробился, в результате чего образовалось большое количество мелкообломочного, рыхлого материала, а скальные породы силой взрывов были расчленены трещинами, которые заполнила талая и дождевая вода.

Вследствие этого в 1979 г. переувлажненный трещиноватый скальный массив верхней части обрушился вниз, выжатая из породы вода в средней части оползня образовала селевой поток который перенасытил и утяжелил нижнюю часть склона, активизировал оползень на нижнем участке, по которому проходит ужд, в результате около 200 м железнодорожного полотна было уничтожено, разрушен дом путевого обходчика, а сама обходчица погибла [1].

Рис. 1. – Разрыв железнодорожного полотна оползневыми подвижками (фото авторов) октябрь 2014 г.

В декабре 1989 г. это явление повторилось, очень крупный оползень перегородил русло реки. Это было обусловлено резким потеплением в конце декабря и прошедшими после этого дождями. Оползневые массы проделали путь от гипсометрической отметки 1000 – 950 м над у. м., до 600 м в русле Курджипса. Образовалось оползневое тело длинной 1100 м и шириной в языковой части 410 м, в головной части 73 м.

После проведения работ по реконструкции ужд в 2006–2007 гг. с подрезкой склонов, относящихся к телу самого оползня вдоль железнодорожной насыпи, резко активизировались оползневые трещины и смещения небольших оползневых блоков. Это в последствии и привело к катастрофе в апреле 2011 г., когда на полотно ужд сошёл крупный оползень, языком полностью похоронивший часть полотна, последствия его не ликвидированы на данный момент. Это привело к сползанию и оседанию нового железнодорожного полотна.

Оползнем были сорваны и выворочены столетние буки, площади вокруг оползня также осложнены оползневыми валами и трещинами отрыва соседних блоков. Так что говорить об остановке оползневых подвижек на этом участке еще рано. Можно предположить, что оползень вызван эрозионной деятельностью реки Курджипс. На всем протяжении описываемого участка полотно так же подвергается воздействию более мелких оползневых форм, активизация которых вызвана недостаточной пропускной способностью дренажных труб, и соответственно переувлажнению грунта насыпи дороги, а также с переноской при реконструкции полотна ужд в сторону склона на 10–15 м, естественно с зарезкой в склон.

Все это говорит о грубых нарушениях, допущенных при реконструкции ужд и замене железнодорожного полотна. Дорога, построенная в 1930-х гг, успешно эксплуатировалась вплоть до начала 1990-х гг., и пришла в полную негодность всего за 3–4 года.

Список использованных источников

1. *Бондаренко Н.А., Ефремов Ю.В., Дембицкий С.И.* Особенности проявления оползневых процессов на южных склонах Северо-Западного Кавказа / Вестн. Краснод. отд. РГО. Вып.1. Краснодар, 1998.

2. *Литвинская С.А., Лозовой С.П.* Памятники природы Краснодарского края. Краснодар, 2005.

3. *Шуляков Д.Ю., Шулякова М.С.* Факторы активизации опасных экзогенных процессов в Гуамском ущелье (Апшеронский район) весной-осенью 2011 г. География: история, современность, перспективы, Краснодар, 2012.

4. *Шуляков Д.Ю.* Оценка риска и прогнозирование оползней на Северо-Западном и Западном Кавказе / Геология, география и глобальная энергия. №3(38), 2010.

М.Г. Половинко

ФАКТОРЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КРАСНОДАРА КАК ОБЪЕКТА ТУРИСТСКОГО ИНТЕРЕСА, СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Кубанский государственный университет

Summary: Based on the analysis of factors of appeal of Krasnodar as object of tourist interest, the author of article provides recommendations about increase of appeal of the city for consumers – tourists and investors. Among such offers: development one/two-day excursion rounds from resorts to Krasnodar; development of a city roads and transport industry; development of event tourism and other.

Keywords: Krasnodar, factors of appeal, tourist interest, consumers, recommendations, one/two-day excursion rounds, transport industry, event tourism.

В последнее время большое внимание уделяется проблемам городского туризма, поскольку это не просто одно из перспективных направлений туристской деятельности, а важнейший элемент стратегии городского развития, имеющий благотворные последствия для городского бюджета, способный внести вклад в процветание городов и их жителей.

Краснодар – экономический и культурный центр Северного Кавказа и Южного федерального округа, административный центр Краснодарского края – региона, который благодаря исключительным природным ресурсам и условиям, позиционирует себя как традиционное место отдыха для жителей России. Вместе с тем,

Краснодар не является морским курортом (от морей – Чёрного и Азовского – город удален на 120–150 км), часто туристы приезжают сюда для того, чтобы затем отправиться на побережье.

Несмотря на то, что в Краснодаре насчитывается более 35 оздоровительных клиник и различных центров здоровья, самые известные из которых: Лечебно-диагностический центр «Травы Кавказа», ОАО «Центр восстановительной медицины и реабилитации «Краснодарская бальнеолечебница» и другие, – назвать Краснодар центром лечебного туризма, городом, чей туристский продукт адресован, прежде всего, людям, страдающим различными заболеваниями, можно с большой натяжкой.

Сегодня Краснодар – это, прежде всего, культурный и деловой центр с большими возможностями для бизнеса и городского отдыха. Культурная столица Юга России насчитывает почти 20 музеев и выставочных центров, около 15 галерей, два десятка театров и концертных залов (в их числе знаменитая Краснодарская филармония имени Г.Ф. Пономаренко, а также Муниципальный концертный зал органной и камерной музыки), более 10 центров культуры и досуга, множество библиотек, кинотеатров, арт-кафе, лофтов, досугово-развлекательных центров, клубов по интересам, парков, катков, 2 планетария, цирк, несколько зверинцев (в том числе сафари-парк, 2 океанариума, дельфинарий); ежедневно в городе проходят различные фестивали, мастер-классы и спортивные события. Все это создает центры притяжения не только для горожан, но и для туристов, путешествующих с целью получения новых знаний и приобщения к культурным ценностям (кстати, одной из имиджевых составляющих Краснодара является история, которая ассоциируется с жизнью и традициями кубанских казаков).

Безусловно, Краснодар является одним из центров делового туризма в России. В год в Краснодаре проходит несколько сотен мероприятий, относящихся к конгрессным формам туризма (форумы, конференции, выставки, лекции, тренинги и пр.). Для обеспечения потребностей бизнес-туристов в городе создана и успешно функционирует целая инфраструктура, включающая десятки специальных объектов для встреч и заседаний, крупных бизнес-центров, выставочных площадок, коворкинг офисов и конференц-залов. В дни проведения различных бизнес-мероприятий загрузка краснодарских гостиниц категории 3–5 «звезд» достигает 75–80%.

Кроме прочего, Краснодар – ведущая торговая площадка Юга России: по объёму товарооборота город является лидером в ЮФО, занимает первое место в стране по количеству гипермаркетов на душу населения, что также способствует привлечению в Краснодар потенциальных покупателей из других городов региона.

Исходя из перечисленных факторов, можно предложить следующие рекомендации по повышению привлекательности города, прежде всего, туристов и инвесторов:

– необходимо разработать экскурсионные программы для одно/двухдневных туров из курортных городов в Краснодар. Подобные туры позволят привлечь туристов, приезжающих на побережье, в краевой центр. Экскурсионный день можно обогатить посещением культурного мероприятия (например, концерта Кубанского казачьего хора, Кубанского симфонического оркестра или государственного концертного русского народного оркестра «Виртуозы Кубани») или походом по магазинам крупного торгового центра (в качестве специального предложения для любителей шопинга);

– особое внимание должно быть уделено развитию городской дорожно-транспортной отрасли: строительству новых транспортных развязок, реконструкции магистралей и улиц. Сегодня Краснодар входит в пятерку российских городов по количеству автомобилей на душу населения, вместе с тем, город бьет антирекорды по количеству автомобильных пробок, что не лучшим образом сказывается не только на качестве жизни горожан, но и в целом на имидже города, а плохой имидж, как известно, вредит благосостоянию города и «измеряется» недополученными инвестициями, неприехавшими туристами и т.д.;

– решению проблемы сезонности могло бы способствовать развитие событийного туризма. Очень жаль, что из списка населенных пунктов, где пройдет финальная часть Чемпионата мира по футболу 2018 г., исключили Краснодар – спортивные мероприятия такого масштаба – редкий шанс для развития городского туризма, они обеспечивают приток туристов и дополнительные поступления от них. Тем не менее, городу необходимо активнее двигаться в направлении развития событийного туризма, организации спортивных и культурных мероприятий различного масштаба и тематики.

Таким образом, городская среда Краснодара обладает очень многим, что способно поддерживать интерес туриста. Это полифункциональный город, имеющий определенный лечебно-оздоровительный потенциал, способный быть полноценным центром культурно-познавательного, делового и событийного туризма. Выработка и реализация эффективных мер развития туристско-рекреационного комплекса столицы Кубани наряду с использованием инновационных подходов в экономике будут способствовать дальнейшему успешному продвижению интересов Краснодара.

Ю.А. Постарнак, С.А. Литвинская

ВЫДЕЛЕНИЕ РЕЛИКТОВЫХ СООБЩЕСТВ СОСНЫ ПИЦУНДСКОЙ НА КРАЙНЕЙ ЗАПАДНОЙ ЧАСТИ БОЛЬШОГО КАВКАЗА (Г. ЛЫСАЯ – П-ОВ. АБРАУ) В СИСТЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ БРАУН-БЛАНКЕ

Кубанский государственный университет

Summary: According to the method of Braun-Blanquet installed the new Association Lonicero etruscii – Pistacietum muticae ass. nova var. Pinus pityusa, presented by pine communities in fragments common in the northwestern part of the black sea coast on the coastal slopes from Bald (S. Varvarovka) to the Abrau Peninsula.

Keywords: Method of Braun-Blanquet, new Association Lonicero etruscii – Pistacietum muticae ass. nova var. Pinus pityusa.

Сообщества сосны пицундской (*Pinus pityusa* Stev.) относятся к редким реликтовым сообществам России. Вид включен в Красную книгу России (2007), Красную книгу Краснодарского края (2007). Современный ареал *Pinus pityusa* ограничен узкой полосой Черноморского побережья Кавказа от с. Варваровки в 12 км к востоку от Анапы (г. Лысая) до урочища Мюссера в 8 км к югу от Пицунды. Они отличаются высоким биоразнообразием (528 видов высших растений), эндемизмом (17,2%), насыщенностью редкими видами [2]. Сосновопицундские леса отличаются уникальными рекреационными свойствами [3].

Сравнительный анализ изученной растительности с аналогичной Крыма позволил отнести сообщества *Pinus pityusa*, произрастающие

от г. Лысой (с. Варваровка) до полуострова Абрау, к союзу *Jasmino-Juniperion excelsae* Didukh et all. 1986 ex Didukh 1996 (класс *Quercetea pubescenti-petraeae* Jakucs (1960) 1961, порядок *Orno-Cotinetalia* Jakucs *(1960) 1961 (Jakucs, 1961*) асс. *Lonicero etruscii – Pistacietum muticae* ass. nova вар. *Pinus pityusa* [1].

Ассоциация *Lonicero etruscii – Pistacietum muticae* ass. nova вар. *Pinus pityusa* представлена сосновыми сообществами, фрагментарно распространенными в северо-западной части ЧПК на приморских склонах (15–55°) южных, западных и юго-западных экспозиции у г. Лысой (с. Варваровка), Басовой и Широкой щели. Древесный ярус низкорослый и разреженный. Подлесок не выражен. Травяной покров неравномерный: покрытие составляет от 20 до 60%. Флористический состав травяного яруса разнообразен: на площади 25х25 м насчитывается от 21 до 56 видов. Характерно чередование небольших массивов древесной растительности с полянами, покрытыми степной или участками нагорноксерофитной растительности на скалистых местах. Ее диагностические эуксерофильные средиземноморские виды *Pistacia mutica, Lonicera etrusca, Hypericum lydium, Campanula taurica* встречаются только в районе ЧПК от г. Лысой до Новороссийска, *Vinca herbacea, Muscari muscarimi* – на всем побережье ЧПК. Кроме них здесь отмечены редкие для этой ассоциации (I–II классы постоянства), но отсутствующие в других ассоциациях союза виды *Alyssum calycarpum, Allium album, Crambe koktebelica, Bupleurum rotundifolium, Delphinium albiflorum, Erysimum callicarpum, Silene densiflora*. В ассоциации наряду с диагностическими видами синтаксонов более высокого ранга (союза, порядка) значительное число составляет *Juniperus excelsa*. Сомкнутость древостоя 0,4–0,5, высота – 5–7 м, диаметр стволов *Pinus pityusa* – 17–22 см, проективное покрытие травяного покрова – 65%. Древесный ярус: *Pinus pityusa* – 3, *Pistacia mutica* – 3, *Juniperus oxycedrus* – 1. Кустарниковый ярус: *Cotinus coggygria* – 1, *Jasminum fruticans* – 1, *Ligustrum vulgare* – +, *Lonicera caprifolium* – 1, *L. etrusca* – 1. Травяно-кустарничковый ярус: *Aegonychon purpureo-caeruleum* – 1, *Agropyron pectiniforme – 1, Alyssum murale – 1, Brachypodium rupestre* – 1, *Bromus japonicus* – 1, *Bupleurum exaltatum* – +, *Campanula taurica* – +, *Carex cuspidata* – 1, *Cerinthe minor* – +, *Echinops sphaerocephalus* – +, *Euphorbia petrophila* – 1, *Festuca valesiaca* – 1, *Galium mollugo* – 1, *Inula aspera* – 1, *Linum austriacum* – 1, *Muscari muscarimi* – +, *Orchis mascula* – +, *Phlomis taurica* – +, *Physospermum*

cornubiense – +, *Pyrethrum corymbosum* – 1, *Scorzonera hispanica* – +, *S. stricta* – +, *Teucrium chamaedrys* – 1, *T. polium* – 1, *Thymus helendzhicus* – *1, Th. pallasianus* – 1, *Veronica dentata* – +, *Vinca herbacea* – +.

Таким образом, установленная по методу Браун-Бланке новая ассоциация *Lonicero etruscii – Pistacietum muticae* ass. nova вар. *Pinus pityusa*, представленная сосновопицундскими сообществами, распространенными в северо-западной части Черноморского побережья Кавказа от г. Лысой до п-ва. Абрау отнесена к союзу *Jasmino-Juniperion excelsae* Didukh et all. 1986 ex Didukh 1996. По составу ценофлоры она отличается от аналогов в Крыму.

Список использованных источников

1. *Литвинская С.А., Постарнак Ю.А*. Синтаксономия растительности сообществ формации Pineta pityusae / Экологический вестник научных центров Черноморского экологического сотрудничества (ЧЭС). Спец. вып. Краснодар, 2006.
2. *Постарнак Ю.А*. Биоразнообразие, структура и охрана формации Pineta pityusae на Черноморском побережье России: автореф. дис. … канд. биол. наук. Краснодар, 2005.
3. *Придня М.В., Ромашин А.В*. Биологическое разнообразие лесов курортных комплексов Кубани и их оздоровляющее значение / Наука Кубани. 2001. №1.

С.М. Романов, Г.Д. Брюханова,
А.С. Квасов, Н.А. Битюков

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГОРНЫХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Сочинский государственный университет

Summary: Recreational environmental management in mountain regions of the world finds new quality: active use of resources provides economic stability of regions, entering the conflict to the extremely vulnerable mountain ecosystems.

Keywords: environmental problems, tourist destination, recreational environmental management, mountain territories.

По мнению ряда исследователей, рекреационное природопользование в горных регионах мира в XXI в. обретает новое качество: активное использование ресурсов обеспечивает экономическую стабильность регионов, вступая в конфликт с крайне уязвимыми горными экосистемами [1, 2, 4]. Так, в большинстве горных массивов приоритетами становятся противоречивые направления деятельности человека (табл. 1).

Табл. 1 – Современная структура видов деятельности человека на территории горных туристских дестинаций

Традиционные виды деятельности	Новые виды деятельности, дополняющие или замещающие традиционные	Экологические риски, формируемые новыми видами деятельности
Ведение индивидуального хозяйства, реализация на рынках излишков сельскохозяйственной и животноводческой продукции	Развитие горного отдыха и спорта, внедрение новых оздоровительных технологий	Изъятие земель значительно большей площади под транспортную инфраструктуру; для возведения инфраструктурных объектов горнолыжного спорта, горного отдыха; рост доступности территорий
Использование горных склонов для террасного земледелия и отгонного животноводства фермерскими хозяйствами с целью дальнейшей реализации органической продукции	Создание маршрутов трекинга и альпинизма	Деформация природных ареалов видов флоры и фауны, смещение сезонных путей миграции животных; сокращение биологического разнообразия
Изъятие ископаемых ресурсов и древесины в производственных масштабах с учётом экологических норм.	Развитие сферы обслуживания горных видов спорта и отдыха, мультипликативный эффект (кустарное производство сувениров; развитие коневодства для обслуживания туристов и др.).	Увеличение антропогенного пресса на природную среду (рост потребления воды и энергии; образование значительных объёмов твёрдых и жидких отходов, формирование тепловых островов и др.)
Проведение природоохранных мероприятий и организация ООПТ; интродукция видов, исчезнувших в результате антропогенной деятельности.	Расширение рыночного охвата, повышение ценности природных ресурсов и услуг в целях реализации современной концепции платежей за экосистемные услуги	Ошибки в оценке текущего состояния природной среды, порога допустимости антропогенного влияния, отсроченных экологически негативных эффектов и совокупного ущерба для горных экосистем и будущих поколений человечества

Очевидно, что трансформация фито- и биоценозов в процессе экономического развития горных регионов – процесс неизбежный [1, 3]. Вместе с тем, в целях минимизации экологического ущерба, наносимого человеком уникальным природным сообществам, и сохранения рекреационного потенциала горных массивов необходимы как научные мультицисциплинарные исследования для идентификации и решения каждой из возникающих проблем, так и комплексная оценка всей многообразной совокупности явных и неочевидных экологических угроз. Объединение интересов теоретических изысканий, практических действий и управленческих решений позволит объективно оценить уровень антропогенного прессинга и максимально достоверно прогнозировать ответную реакцию природной среды в срочной и отдалённой перспективах. Эффективное воплощение междисциплинарного подхода в изучении состояния природной среды и управлении рекреационной деятельностью, по нашему мнению, целесообразно осуществлять в рамках такой организации как «Социально ориентированная некоммерческая организация (СО НКО) «Инновационный центр эколого-экономического развития горных территорий и субтропического региона Краснодарского края».

Центр планируется создать на базе ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет», что позволит существенно повысить уровень и системность научных знаний о механизмах и потенциале пластичности горных экосистем, углубить фундаментальные исследования (по таким направлениям как изучение и оценка характера и вектора эволюции природной среды; анализ и прогноз реакции наземных экосистем на антропогенное воздействие); расширить прикладные исследования (диагностику экологических угроз, возникающих в результате действия глобальных, региональных и местных факторов; информационное обеспечение и поддержку процедур принятия решений в области эколого-экономической, природоохранной деятельности и экологической безопасности; разработку интегрированных индикаторов развития региона и слежение за их динамикой; разработку кратковременных и долгосрочных экологических прогнозов и стратегическое планирование устойчивого развития горной территории; совершенствование системы предупреждений о стихийных

бедствиях), а также осуществлять образовательную, просветительскую деятельность.

Список использованных источников

1. *Ивонин В.М., Егошин А.В.* Фрагментация горных лесов при строительстве олимпийских объектов. URL: http:// www.priroda.su.

2. *Севастьянов Д.В.* Современные тенденции развития рекреационного природопользования в горных странах мира / Климатология и гляциология Сибири. Томск, 2012.

3. *Hanley N., Acs S., Dallimer M., Gaston K.J.* and others / Farm-scale ecological and economic impacts of agricultural change in the uplands. Land Use Policy. 2012. Vol. 29.

4. *Huber R., Bugmann H., Buttler A., Rigling A.* Sustainable land-use practices in European mountain regions under global change: an integrated research approach. Ecology and Society, 2013. 18(3) URL: http://www.dx.doi.org.

У.Ю. Самойленко, Э.А. Рыживолова

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Hospitality Krasnodar Kray it is at the moment, a dynamic service industry in the region. This branch of the service sector has not yet formed as a single organized system that is able to carry out activities of units and elements of the international tourist market, have an impact on the formation of tourist flows, and service to the world standards.

Keywords: Krasnodar, Moscow, St. Petersburg, hotel enterprises, range of services, additional services, regional features, beach tourism, health tourism, sightseeing, business tourism, innovation services.

Услуги средств размещения подразделяют на основные и дополнительные; основные – это проживание и питание, а набор дополнительных услуг зависит от уровня отеля, имеющихся ресурсов

и региональных особенностей средств размещения. На примере последнего фактора рассмотрим особенности ассортимента услуг гостиничных предприятий таких ярких регионов как Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург. Лидирует по количеству разнообразных гостиничных объектов Южный федеральный округ. Здесь функционируют 1603 гостиницы, из них 1025 располагаются в Краснодарском крае. Второе место зафиксировано у Центрального федерального округа. Тут функционируют 1588 отелей, 429 из них в Москве и Московской области.

Гостиничный бизнес Краснодарского края – это, на данный момент, динамично развивающаяся отрасль сферы обслуживания региона. Он является системообразующей отраслью, создающей сложной комплекс финансово-хозяйственных отношений между хозяйствующими субъектами различного направления, но в тоже время существует ряд проблем, которые необходимо решать [1].

Краснодарский край ориентирован на пляжный и оздоровительный туризм благодаря экономико-географическому положению. Соответственно все услуги гостиниц имеют ориентировку на отдых и развлечения туриста. Перечень дополнительных услуг составляет анимация, SPA-центры, оздоровительные процедуры, пляжные услуги, фитнес клуб, экскурсии по краю, шоу-программы, бассейны, некоторые гостиницы имеют конференц-залы. Занимает ведущую роль в деловом туризме центр Краснодарского края – г. Краснодар. В средствах размещения востребованы услуги связанные с бизнесом: бизнес-услуги, конференц-залы и т.д. Данный регион дает возможность организовать качественный отдых и отличные условия для рабочей деятельности.

Москва и Санкт-Петербург являются излюбленными городами для многих туристов. Роскошная историческая архитектура, красота и чистота центральных улиц, огромное количество памятников, музеев и выставок. Всё это объединяет эти два, казалось бы, совсем непохожих друг на друга российских мегаполисов, следовательно, познавательный (экскурсионный) туризм преобладает в данных регионах. Наряду с основными услугами гостиниц данных городов имеются дополнительные услуги: фитнес-услуги, SPA-центры, конференц-залы, бизнес центр с арендой оборудования и услугами секретаря, сувенирные магазины, заказ организационно-развлекательный программ и экскурсионных туров. Услуги гостинец предназначены в большей степени в целях экскурсионного туризма, а

так же бизнес-туров. Исследуемые регионы имеют большое значение в развитии туризма России. Как уже говорилось, услуги гостиниц Москвы и Санкт-Петербурга направлены на организацию комфортного отдыха туриста в познавательных и деловых целях. В гостиничных предприятиях Краснодарского края развиты анимационные, развлекательные и оздоровительные услуги, что и будет являться основным отличием территорий.

Краснодарский край преуспевает в развитии гостиничного бизнеса и продолжает развивать сферу обслуживания. Изучив перечень, был проведен анализ и сформулированы идеи для пополнения услуг гостиничных предприятий края.

В связи с тем, что в г. Краснодаре развиты услуги для делового туризма имели бы спрос аудитории для селекторного совещания, которые позволяют вести переговоры дистанционно. Количество участников совещания обычно достигает нескольких десятков, реже порядка и свыше сотни. При этом из общего числа участников только четверо из них могут быть вещателями, все остальные являются слушателями. Данная услуга поможет сделать переговоры удобнее для каждой из сторон. В бизнес-тематику необходимо внедрить систему специальных предложений, например, организация получает скидку в групповом заселении членов компании.

Так же гостиницы региона нуждаются в озеленении и креативности архитектуры здания. На территории гостиницы можно было бы создать эко-уголки для отдыха и уединения туриста. Здания украсить подцветкой, добавить освещения и создать интерьер в определенной тематике. В городах Краснодарского края создание гостиниц для спортсменов имело бы спрос, где был бы включен ряд дополнительных услуг основанных для отдыха спортсмена: SPA-центр, фитнес-центр, баня или сауна. Благодаря такому набору услуг, спортсмен сможет расслабиться после игры и проснуться с новыми силами.

На Черноморском побережье туристы выбирают семейный отдых, и возникает проблема, где оставить домашнего питомца. Для этого возможно создать гостиницы, которые имеют корпус для животных, где будут за ними вести уход. Хозяин в любой момент может встретиться со своим «другом» и прогуляться с ним по специально отведенной территории. А же можно создать в обычной гостинице комнаты, которые будут предусматривать уголок для животных, где хозяин сможет жить со своим питомцем.

Гостиничный бизнес Краснодарского края пока не сформирован как единая организованная система, которая способна осуществлять деятельность звеньев и элементов на международном туристском рынке, оказывать влияние на формирование туристских потоков, осуществлять обслуживание на уровне мировых стандартов. Следственно, необходимо понимать и то, что сфера гостиничных услуг – это мощная система хозяйства, как региона, так и страны, важная доходная составляющая экономики [2].

Исследование показало, что в Краснодарском крае гостиничный бизнес имеет спрос и продолжает развиваться с каждым годом, соответственно и перечень услуг пополняется, внедряются дополнительные услуги. Край имеет большие возможности для развития ассортимента услуг и должен стремиться к новым тенденциям, т.к. данный регион является туристическим центром России.

Список использованных источников

1. *Волкова Т.А., Ходыкина М.Ф., Мищенко А.А., Куделя Е.В., Чамоков Д.М.* Гостиничный бизнес как составляющая туристско-рекреационной сферы Краснодарского края: проблемы и перспективы / Экономика и менеджмент систем управления. Т.9. 2013. №3.

2. *Волкова Т.А., Карпова Ю.И., Ходыкина М.Ф.* Проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в Краснодарском крае / Современное общество, образование и наука, 2013.

А.С. Сечкина, И.А. Романова

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ

Кубанский государственный университет

Summary: concerning transport availability and tourist infrastructure of Adygei Republic we can say about weak maturity of both.

Keywords: Transport availability, statistics of accommodation facilities, Adygei Republic.

Республика Адыгея обладает большим разнообразием объектов туристского показа, только в Майкопском районе насчитывается более 5000 природных, исторических, археологических и геологических объектов, вызывающих интерес у туристов. Среди них более 300 пещер, 150 водопадов, 50 каньонов, дольмены, крепости, курганные группы, менгиры, палеонтологические месторождения и др. Такой плотностью объектов не располагает ни один горный район Краснодарского края. Однако доступ к этим объектам ограничен из-за недостаточной развитости транспортной и туристской инфраструктуры региона.

В настоящее время на территории Республики Адыгея деятельность по оказанию туристских, гостиничных, санаторно-курортных и экскурсионных услуг осуществляют около 165 предприятий, тогда как в 2011 г. их количество составляло – 87, а в 2012 г. – 118. Количество мест для размещения туристов в 2013 г. составляло 5259, что более чем на 15% превышает уровень 2012 г. – 4570 к/мест. Такое увеличение обусловлено значительным ростом малых объектов размещения и реконструкцией уже имеющегося номерного фонда. Самый доступный вариант проживания в Адыгее – это размещение в частном секторе пос. Каменномостский, пос. Гузерипль или г. Майкоп до 500 руб./чел. в сутки. При размещении в домике или номере на туристической базе или в гостинице цена за номер может варьироваться в пределах от 700 руб./сут. (стандарт двухместный в гостевом доме «Для Вас») до 14000 руб./сут. (номер люкс в «Азиш-Тау») [4].

Наиболее известной гостиницей Лагонакского нагорья является одноименный гостиничный комплекс «Лагонаки», круглогодично принимающий гостей, предлагая им не только проживание и питание, но и лечебные процедуры. Номерной форд комплекса состоит из двух- и трехместных номеров со всеми удобствами.

Другой известной гостиницей плато является комплекс «Азиш-Тау». На его территории можно воспользоваться такими дополнительными услугами, как бассейн и сауна. Номерной фонд состоит из двух корпусов. Корпус «Эконом», в котором расположены трех и четырехместные номера, стоимостью от 1300 руб./чел. в сутки и «Главный корпус» где представлены двухместные номера класса «Стандарт», «Полулюкс» и «Люкс», стоимостью от 7000 до 14000 руб./сут. за номер. Обе гостиницы предоставляют в прокат горнолыжное снаряжение.

Помимо перечисленных выше гостиниц в Адыгее расположены такие средства размещения, как «Графство Хаджох», «Белая Река», «Даховская слобода», «Энектур», «Гузерипль», «Юлена», «Марсель», «Лань», «Терем у реки», «Кордес» и др. Но все они относятся к категории малых гостиниц с количеством номеров до 50 [4].

Туристам, которые предпочитают более доступные варианты размещения, необходимо обращаться в небольшие туристические базы, которые в рассматриваемом регионе предложены в достаточном объёме: «Серебряный ручей», «Альпика», «Оштен», «Горная Кубань», «Жемчужина в Адыгее», «Солнечная», «Лесная», «Уют» и др. Данные средства размещения функционируют преимущественно в летний период и не имеют удобств домиках [4].

Также следует сказать о туристических приютах, плата в которых отсутствует или символическая. Они служат перевалочными пунктами в горах и пользуются популярностью у горных туристов и альпинистов. В качестве примеров можно назвать приюты «Фишт», «Водопадный», «Серебряный» и др.

Самым популярным местом круглогодичного отдыха в Адыгее считается плато Лагонаки, но к сожалению, до него довольно тяжело добираться туристам, которые не имеют личного автомобиля, так как общественный транспорт до плато не идет. Прямой маршрут без пересадок на автобусе следует из г. Краснодара только до пос. Каменомостский (2 рейса в день) в 6.50 и 16.25, дальше до плато нужно добираться самим.

Расстояние от г. Краснодара до плато Лагонаки составляет около 200 км по автодороге, проходящей через Республику Адыгея (г. Майкоп – ст. Даховская – пос. Каменомосткий – плато Лагонаки). Качество дорожного полотна на этом маршруте довольно низкое. Проблема будет устранена за счет строительства автодороги из ст. Нижегородская через пос. Мезмай до Лагонаки. Работы стартовали в начале 2013 г. Этот проект также позволит сократить на 30 км расстояние и время в пути. На строительство новой автодороги из бюджета Краснодарского края выделено около 3 млрд руб. [2].

Нужно отметить, что на плато Лагонаки не так много мест для «апре-ски»: всего несколько кафе и рестораны гостиничных комплексов. Проводя анализ 103 средств размещения на плато Лагонаки, опираясь на данные интернет-ресурса «Отдых на Кубани.ру», можно сделать вывод, что из них только 24 объекта размещения имеют на своей территории кафе.

В Лагонаки построено только 2 бугельных подъемника одинаковой длины, но с разной скоростью движения. Обычно, подъемники работают при наличии на курорте более 12 чел. [1]. Скипассов как таковых нет, выдается бумажный талончик с количеством купленных подъемов, который прокалывается при очередном подъеме. Что касается оборудованных склонов в Лагонаки, то лучше подниматься на самую вершину, к туристической базе «Лагонаки», где расположен единственный оборудованный склон для лыжников и сноубордистов. Следует отметить, что склон довольно короткий, с переменной крутизной.

В ближайшие годы на плато Лагонаки планируется создание нескольких новых горнолыжных трасс, строительство канатных подъемников, открытие кафе, ресторанов и гостиниц в рамках развития туристского кластера «Ворота Лагонаки». Также в планах стоит реконструкция и строительство узкоколейной железной дороги от хутора Гуамка через пос. Мезмай до реки Молочной. Сейчас для передвижения туристов доступна узкоколейка протяженностью около 2 км. Дальше дорога обрывается, так как несколько лет назад на пути сошел оползень. Узкоколейную железную дорогу планируется использовать для транспортировки грузов к месту строительства нового курорта Лагонаки, затем дорога будет работать для перевозки туристов и в качестве экскурсионного объекта. Начало строительства запланировано на 2016 г.

В настоящее время большая часть материальной базы туризма Республики Адыгея нуждается в обновлении, так как около половины гостиниц относятся к некатегорийным, а аттрактивные для туристов объекты часто находятся в горной местности, что затрудняет их посещение туристами без специальной подготовки и снаряжения, а также людьми с инвалидностью.

Список использованных источников

1. Бугельный подъемник «Азиш-Тау». URL: http://www.lagonaki-travel.ru/

2. *Ковалевская Д.* Лагонаки обещают новую дорогу URL:http://www.dgyug.ru/a/2012/Lagonaki.

3. Отдых в Адыгее – цены 2014. URL: http://vetert.ru/rossiya/adygeya/tur/otdyh-ceny.php

4. Отдых в Лагонаки. URL: http://otdih.nakubani.ru/Lagonaki.

А.С. Сечкина, И.А. Романова

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АДЫГЕЯ

Кубанский государственный университет

Summary: It's necessary to know a targeted audience for successful construction of development tourism strategy. It has determined as a result of research. It's the organized group of youth with a priority on mountain tourism.

Keywords: targeted audience, development tourism strategy, mountain and sports tourism.

В Адыгее наибольшую перспективу имеет развитие спортивного туризма, так как республика обладает всеми необходимыми природно-рекреационными ресурсами для развития спортивного и экстремального туризма, но использует их неэффективно.

В Майкопском районе ежегодно в течение 3 дней проходит чемпионат по спортивному туризму «Марафон 100 км за 24 часа», посвященный памяти инструктора Р.С. Хамирзэ. В соревновании принимают участие команды из Адыгеи, Краснодарского края, Ростовской области, Москвы и других регионов. Организаторами гонки выступают Федерация спортивного туризма республики Адыгея и спортивно-туристический центр АГУ «Эдельвейс» при поддержке комитета республики Адыгея по туризму и курортам.

Из Хаджоха стартует большинство горных маршрутов по Республике, любых категорий сложности – от I до V. Ежегодно на реке Белой в районе поселка Гузерипль проводится чемпионат России по водному туризму «Интерралли Белая».

Велосипедный спорт тоже развивается в Адыгее. Со 2 по 6 октября 2014 г. была проведена I Международная велосипедная гонка «Тур Кавказа». В ней участвовали спортсмены из Молдавии, Австрии, Белоруссии, Украины и России. Маршрут велогонки (570 км) проходил в направлении Майкоп – Уляп – Кошехабль – Майкоп.

Во второй половине марта в Майкопском районе Адыгеи проходят уже ставшие традиционными соревнования по внедорожному автомобильному туризму «Февральские окна», они проводятся с 2005 г. клубом «Майкоп Off Road» при поддержке комитета Адыгеи по туризму и курортам. В 2014 г. приняли участие

60 команд из различных регионов Российской Федерации. Отправной точкой соревнования стала база «Лань» в пос. Каменномостский.

У альпинистов пользуется особой популярностью «трезубец»: горы Фишт, Оштен и Пшехасу. На плато Лагонаки расположен оборудованный склон для лыжников и сноубордистов. Ниже располагается саночная трасса, предусмотрено 2 вида спусков: крутой, оборудованный подъемником, и пологий для детей. Здесь действует современный горнолыжный комплекс «Седьмое небо» и «Азиш-Тау», где занятия спортом можно совместить с комфортным отдыхом. В ближайшие годы в Лагонаки планируется создание нескольких новых горнолыжных трасс, строительство подъемников, открытие кафе, ресторанов и гостиниц.

Большими спелеологическими ресурсами обладает район горы Большой Тхач. Наиболее интересны пещеры «Ларисочкина», «Кристальная», «Амбицукова», «Ароматная», грот «Изумрудный». Наибольшее количество пещер находится на хребте Каменное море и массиве г. Фишт. Ежегодно спелеологи открывают новые пещеры. Наиболее перспективные территории поиска являются Фиштинский массив, Пшеха-Су, Каменное море, Нагой-Чук и ущелье Цице.

Для того чтобы выбрать верную стратегию развития спортивного туризма Республики Адыгея, необходимо знать целевого потребителя. Целевая аудитория – это стратегическое понятие и подразумевает выделение из общей массы потенциальных потребителей конкретного круга лиц, имеющих общие критерии и признаки. Основными параметрами, которые характеризуют целевую аудиторию, являются: заинтересованность покупателя в товаре или услуге, готовность потенциального покупателя изменить свои предпочтения под маркетинговым давлением, заинтересованность продавца в реализации товара данной аудитории и возможность такой реализации. При этом все параметры должны присутствовать одновременно [1]. Целевая аудитория определяется по социально-демографическим характеристикам: пол, возраст, образование, доход, а иногда по психографическим: покупательские предпочтения, стиль жизни и т.д. Это важно, так как практика показывает, что без определения целевого сегмента многие проекты стали провальными, по причине неадекватности, оторванности от реальности, оценки целевой аудитории [2].

В марте 2015 г. автором работы было проведено исследование на основе опроса интернет-пользователей туристских сайтов. Были

заданы следующие вопросы: «Были ли Вы на плато Лагонаки в республике Адыгея?», «Если были, то в составе какой группы (туристской, самодеятельной (с друзьями, с семьей и детьми, до 14 лет, с семьей и детьми старше 14 лет, в группе присутствовал инвалид)?», «Ваш возраст?». Было получено 40 ответов. Большую часть ответов, 16 – получил ответ «с друзьями (возрастом до 35)». За ним следует ответ «с друзьями (возраст более 36 лет)», который набрал 8 голосов. Третье место – пункт «в группе присутствовал инвалид» 7 голосов. Четвертое место у ответа «с семьей с детьми старше 14 лет» – 6 голосов. Пятое место у ответа «с семьей с детьми до 14 лет» – 3 голоса.

Из результатов следует, что целевой аудиторией, по принципу определения возраста и физических возможностей, являются туристы, посещающие Адыгею самостоятельно, без привлечения туристских фирм с друзьями в возрасте до 35 лет (40% опрошенных). Довольно неожиданным результатом стало то, что в составе групп были инвалиды (17% опрошенных), так как в рассматриваемом нами регионе не развита безбарьерная среда. То, что положение «с семьей с детьми до 14 лет» занимает последнее место вполне предсказуемо, так как горные курорты, как правило, не привлекают людей с маленькими детьми. С другой стороны стоит обратить внимание на то, что для этой аудитории нет подходящих условий.

На основе этих результатов необходимо определять стратегию формирования новых проектов, создание новых туристских продуктов и услуг, удовлетворяющих соответствующей целевой аудитории региона (табл. 1).

Табл. 1 – Распределение респондентов по категориям

№	Категория	Количество, %
1.	Самодеятельные туристы с друзьями, в возрасте до 35 лет	40
2.	Самодеятельные туристы с друзьями, в возрасте старше 35 лет	20
3.	Туристы, в группе которых присутствовал инвалид	17
4.	Самодеятельные туристы с детьми старше 14 лет	15
5.	Самодеятельные туристы с детьми до 14 лет	8

Помимо определения целевой аудитории необходимо определить, какой сегмент спортивного туризма больше привлекает

туристов. В феврале 2015 г., был проведен опрос, респондентами которого являлись посетители социального интернет-ресурса Ответы@mail.ru. На основе 19 ответов респондентов было выявлено, что по спросу лидируют горные виды туризма, за которые проголосовало 29% респондентов. За ним следует дельтапланеризм и джиппинг, за который проголосовало 17% респондентов, третье место занимает лыжный и пешеходных туризм, а за ними следуют водный, велосипедный и конный туризм. На основе полученных результатов становится ясно, что горный туризм более интересен потребителю в Республике Адыгея и на него стоит обратить особое внимание при финансировании развития туризма в регионе (табл. 2).

Табл. 2 – Предпочтения потребителей туристских услуг в Республике Адыгея

Вид туризма	Предпочтение потребителей, %
Горный	29
Дельтапланеризм	17
Джиппинг	17
Пешеходный	13
Водный	4
Велосипедный	4
Другие	4

Таким образом, стратегия развития туризма в республике Адыгея, должна быть направлена на развитие зимних и экстремальных видов туризма, так как по результатам опроса было выявлено, что целевой аудиторией горного региона являются люди до 35 лет с приоритетом выбора горных и экстремальных видов туризма.

Список использованных источников

1. *Михайлов А.* Целевая аудитория URL: http://www.pro-biznes.com/marketing-i-reklama/celevaya-auditoriya.html/

2 *Шевченко Д.А.* Аудитория целевая. URL: http:// www.glossostav.ru.

Д.С. Темиров, Т.Д. Темиров

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Российский государственный гидрометеорологический университет, Филиал в г. Туапсе Краснодарского края

Summary: Natural and recreational capacity of the territory is one of the most important prerequisites of development of recreational branch, the process of restoration of forces and health of the person allowing to carry out most effectively.

Keywords: tourist and recreational capacity of the territory, tourist branch, natural factors.

Интенсивное развитие туристской индустрии в последние десятилетия вызывает необходимость более четкого и полного определения понятия «туристско-рекреационный потенциал территории». В связи с тем, что на данный момент не существует широко известных и общепринятых трактовок данного понятия в сфере рекреации, различные авторы по-своему определяют туристско-рекреационный потенциал, зачастую использую излишне сложные и «громосткие» определения. Однако содержание данного понятия далеко не так элементарно и имеет довольно конкретное значение, поэтому различные определения должны ограничиваться более или менее отчетливыми рамками. Если заглянуть в различные толковые или энциклопедические словари, то мы можем найти ряд примерно одинаковых трактовок слова «потенциал» (в переводе с латинского «potentia» – сила), под которым понимаются совокупность средств и возможностей, которые могут использоваться для решения разного рода задач. Подобное определение достаточно емко и универсально, поэтому его легко можно использовать применительно к рекреационной сфере. Достаточно только его конкретизировать в зависимости от: 1) объекта исследования, потенциал которого изучается; 2) цели и задачи, для достижения которых используется анализ потенциала.

Термин «потенциал» довольно близок по значение с термином «ресурс», однако не стоит смешивать эти понятия. Под потенциалом

всегда понимается совокупность каких-либо характеристик, предметов или явлений. К тому же потенциал имеет тесную связь с конкретной поставленной задачей, для решения которой собственно и проводится его анализ, в свою очередь ресурс не имеет столь тесных связей с конкретным пользователем, хотя и рассматривается в контексте его назначения.

К примеру, водные ресурсы территории используются как в рекреационных целях, так и в целях сельскохозяйственного производства. Но если речь идет о туристско-рекреационном потенциале и оценивается его водный компонент, то для анализа используются только те свойства, которые используются в рекреации. Еще одно отличие потенциала от ресурса в том, что анализ потенциала какой-либо территории или объекта подразумевает под собой еще и оценку этого потенциала методом сравнения с потенциалом схожей территории или объекта. Как уже говорилось, существует большое количество определений туристско-рекреационного потенциала, но зачастую все они сводятся к определению отдельных понятий «туристский потенциал» и «рекреационный потенциал». Например, Д.В. Николаенко определяет рекреационный потенциал как «совокупность природных и социо-культурных предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории». В различных интернет-словарях под рекреационным потенциалом понимается свойство природной территории оказывать на человека положительное физическое, психологическое, гигиеническое воздействие, которое в максимальной степени проявляется во время отдыха. Для того, чтобы четко разграничить понятия туристского и рекреационного потенциала, рассмотрим понятие туристского потенциала. Под туристским потенциалом определенной территории понимается совокупность всех объектов и явлений природного или антропогенного происхождения, условия, возможности и средства, используемые при формировании туристского продукта, организации и осуществления разнообразной туристской деятельности. Здесь к потенциалу можно отнести различные памятники культуры и истории, уникальные природные объекты, этнические и национальные особенности региона, заповедные зоны. Несмотря на все различия оба понятия можно употреблять достаточно свободно, поскольку конкретное содержание не трудно определить по контексту.

Природно-рекреационный потенциал территории является одной из важнейших предпосылок развития рекреационной отрасли. Устойчивое развитие территорий с высоким туристско-рекреационным потенциалом, позволяющим максимально эффективно осуществлять процесс восстановления сил и здоровья населения, предполагает, что природные и социально-экономические комплексы данной территории представляют собой целостную и динамичную самоорганизующуюся систему. Такие системы могут быть различны по иерархической сложности и пространственному охвату территории, а также могут находиться в различных структурно-динамических состояниях.

Саморегулирующаяся система довольно устойчива к воздействиям внешней среды и способна адаптироваться путем изменения имеющихся или создания новых свойств и структур. Говоря конкретно о рекреационной территории, необходимо выявить и оценить такие ее свойства, как наличие рекреационных ресурсов и их потенциал, целостность и устойчивость природно-социально-экономической системы, востребованность территории в настоящее время и в перспективе.

К рекреационным ресурсам здесь следует относить все компоненты природной среды, а также памятники культуры и истории, формирующие гармонию целостности территории, прямое и косвенное использование которых благоприятно воздействует на организм человека, поддерживает и восстанавливает его физическое и духовное здоровье.

Под качеством рекреационных ресурсов понимается восприятие человеком тех их свойств, которые в совокупности отражают наиболее уникальные потребительские свойства природных комплексов, в первую очередь с точки зрения восстановления физического и эмоционально-психологического состояния человека. Говоря об эстетическом восприятии, стоит отметить, что оно, в отличие от физического, довольно индивидуально, зависит от уровня культурного развития человека, его этнической и национальной принадлежности. Как мы видим, использование отдельных свойств рекреационных ресурсов многогранно и неоднозначно, поэтому в основу оценки рекреационных ресурсов, на наш взгляд, должны быть внесены следующие положения:

– для обеспечения высокого качества отдыха, необходимо предоставить рекреанту максимальное количество возможностей

(лечебные услуги, спортивные мероприятия, познавательных туры и экскурсии и т. д.);

– ценность ресурсов для человека определяется их первозданностью, необычностью, самобытностью;

– человек во время отдыха стремится удовлетворить свою естественную потребность в общении с «дикой природой», эта потребность во много играет ключевую роль при организации рекреационной деятельности;

– не стоит забывать, что большинство природных ресурсов исчерпаемы, невозобновимы либо возможности по их восстановлению довольно ограничены.

На формирование туристско-рекреационного потенциала территории оказывают влияние четыре природных фактора: геолого-морфологический (рельеф территории), гидрологический, климатический и ландшафтный.

Е.А. Федорова, А.Л. Хомчановский

РЕКРЕАЦИЯ, ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ, ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ, ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ КРАСНОЯРСКОГО ВОДОХРАНИЛИЩА

Южное отделение Института океанологии РАН
Институт водных и экологических проблем СО РАН

Summary: This paper describes the recreation, protected areas and natural, historical, cultural monuments of the Krasnoyarsk Reservoir.

Keywords: Krasnoyarsk Reservoir, recreation, protected areas, natural, historical and cultural monuments.

Красноярское водохранилище имеет хороший рекреационный потенциал. Левобережье водоёма характеризуется более развитой инфраструктурой, большим количеством культурных и исторических памятников (средневековые укрепления, курганы, древние поселения, наскальные рисунки). Правобережная часть водохранилища освоена намного хуже, за исключение южной его части с заливами рек Туба и Сыда.

Основными видами рекреации на водохранилище и его побережье являются рыболовство, пеший и водный туризм, спелеология, пляжный отдых, посещение культурно-исторических памятников (рис. 1).

В настоящее время на побережье водохранилища насчитывается более 20 стационарных баз отдыха, обустроенных для долговременного нахождения в них посетителей. Значительная их часть сконцентрирована вблизи плотины Красноярской ГЭС, на левом берегу в районе залива Шумиха.

Большим рекреационным потенциалом обладает залив Бирюса, расположенный также в приплотинной зоне. Помимо живописных скальных берегов здесь имеется большое количество гротов и пещер, которые могут вызвать интерес не только обычных туристов, но даже опытных спелеологов.

На побережье Красноярского вдхр. имеются несколько благоустроенных пляжных зон отдыха. Примерами таких пляжей могут служить: «Мирочев бор» и «Дачная поляна», недалеко от с. Краснотуранск и «Даурское» – с. Даурское. Эти места оборудованы всем необходимым для пляжного отдыха: посты спасательных и медицинских служб, волейбольные площадки, туалеты, урны, шезлонги, кабинки для переодевания, баня, и т.п. Кроме того, имеются и свободные песчаные пляжи, подходящие для самостоятельного (так называемого «дикого») отдыха туристов.

На берегах водохранилища расположено также два дачно-коттеджных поселка: южнее аула Мохов и севернее с. Лебяжье.

В районе Красноярского вдхр. имеется ряд особо охраняемых природных территорий (ООПТ), причем некоторые из них находятся непосредственно на побережье водоема (рис. 1) [1, 2].

Две площадки кластерного участка «Оглахты» государственного природного заповедника «Хакасский», общей площадью 2,6 тыс. га, расположены в одноименном горном массиве Оглахты в Абаканской степи, в 10 км южнее с. Советская Хакасия.

Эти ООПТ созданы для охраны степных биоценозов, мест произрастания редких и эндемичных видов растений, мест обитания редких видов животных, скального орнитокомплекса, памятников историко-культурного наследия (Оглахтинская крепость, могильник и петроглифы). Протяженность береговой линии водохранилища в пределах заповедника – около 12 км.

Рис. 1 – Карта-схема рекреационных ресурсов,
особо охраняемых природных территорий, памятников природы,
истории и культуры в районе Красноярского водохранилища [1, 2]

Заказник «Красноярский» образован 20 апреля 2010 г. для сохранения биологического и ландшафтного разнообразия Красноярского края, а также лесов вокруг города Красноярска в целях улучшения качества атмосферного воздуха, защиты лесных насаждений, почв и водных объектов от неблагоприятных природно-климатических и антропогенных факторов, повышения их санитарно-

гигиенических, рекреационных, оздоровительных и средозащитных функций. Заказник расположен на землях лесного фонда Березовского, Балахтинского, Емельяновского, Манского муниципальных районов и муниципального образования г. Дивногорск. Площадь заказника – 348,314 тыс. га. Длина береговой линии водохранилища в пределах заказника – около 190 км.

Заказник «Бюзинский» организован в 2013 г. с целью охраны и воспроизводства охотничьих ресурсов, сохранения и восстановления численности редких и находящихся под угрозой исчезновения видов животных и растений, а также охраны мест их обитания. Заказник расположен в северной части Балахтинского района, севернее залива Бюза (кластер I) и в бассейне р. Езагаш (кластер II). К водохранилищу примыкает кластер I, его площадь составляет 6715 га. Протяженность береговой линии водохранилища в его пределах – около 20 км.

Государственный комплексный заказник краевого значения «Пушкариха» образован в 2013 г. с целью охраны и воспроизводства косули сибирской ужуро-чулымо-новоселовской субпопуляции, сохранения и восстановления численности редких и находящихся под угрозой исчезновения видов животных и растений, а также охраны мест их обитания. Заказник расположен на территории Балахтинского района Красноярского края, вдоль автодороги Красноярск – Абакан и береговой линии Красноярского вдхр. Площадь заказника – 21279,1 га. Протяженность береговой линии – около 50 км.

Заказник «Убейско-Салбинский» расположен на территории Краснотуранского и Новоселовского районов Красноярского края на землях сельхоз формирований и государственного лесного фонда. Общая площадь заказника 14860 га, в том числе на территории Новоселовского района –10350 га, на территории Краснотуранского района – 4510 га. Общая длина береговой линии водохранилища в пределах заказника – около 10 км.

Заказник «Краснотуранский бор» организован в 1963 г. с целью охраны и воспроизводства охотничье-промысловых видов животных, сохранения и восстановления численности редких и исчезающих видов зверей и птиц, ценных в хозяйственном, научном и эстетическом отношениях, охраны мест их обитания, а также сохранения уникальных нефелин-эгириновых пород сайбаритов и археологических объектов. Заказник расположен на землях лесного фонда и землях сельскохозяйственного назначения. Граница заказника проходит по южному берегу залива Сыда и правому берегу

Красноярского вдхр. Площадь заказника – 40140 га. Протяженность береговой линии – около 70 км.

Помимо заповедников и заказников на территории, прилегающей к Красноярскому вдхр., расположено значительное число памятников природы, истории и культуры. Примерами таких объектов, находящихся непосредственно на побережье водохранилища, могут служить Оглахтинская крепость, Гора Куня, Копенский Чаа-Тас, группа курганов у аала Мохов, а также группы древних стоянок «Усть-Бережково» и «Чегерак».

Список использованных источников

1. Об утверждении дополнительного списка памятников истории и культуры местного значения / Красноярский край: решен. исполн. комитета Красноярского краевого Совета народных депутатов от 05 ноября 1990 г. №279.

2. Правительство Красноярского края. Краевое государственное казённое учреждение. Дирекция по особо охраняемым природным территориям Красноярского края. URL: http://www.doopt.ru/

М.В. Филиппова, В.Б. Скурыдина, О.Н. Аксенова

ПОСТОЛИМПИЙСКИЙ СОЧИ: ПЕРСПЕКТИВЫ СОХРАНЕНИЯ ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ, РАЗВИТИЕ ЭКОТУРИЗМА В КРАСНОЙ ПОЛЯНЕ

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: The development of ecological tourism in Sochi takes into account the effective usage of Olympic buildings and infrastructure in post-Olympic period. The importance of the fact that the objects of Olympic infrastructure are integrated in the nature landscape in harmony is focused.

Keywords: ecological tourism, post-Olympic period, nature landscape, harmony, conscious understanding, educational and cultural level, new tourist and excursion routes.

Экотуризм – самое быстро развивающееся в настоящее время направление туризма. С каждым годом экотуризм становится все популярнее, ведь этот вид туризма помогает людям, уставшим от ритма жизни больших городов, восполнить утраченные силы и энергию во время общения с природой.

Природа России представляет идеальные условия для успешного развития экотуризма, благодаря разнообразию, уникальности, привлекательности и обширности российских ландшафтов, еще не охваченных процессами урбанизации. Социальный потенциал экотуризма, определившегося как вид туризма в начале девяностых годов, можно считать значительным, поскольку в России, как ни в одной другой стране, был широко развит «самодеятельный» и спортивный туризм, отчасти аналогичный западному «приключенческому» туризму.

В России есть природные объекты, идеально подходящие для экотуризма, и именно экотуризм помогает охране природы в этих регионах. Одним из таких объектов является район Сочи – Красная поляна. Это название поселок получил благодаря грекам, которые жили там в девятнадцатом веке. Они увидели Красную Поляну осенью, когда везде рос краснеющий папоротник, и дали этому месту такое поэтическое название. Среди туристов-любителей горных лыж и сноубордов Красная Поляна пользуется особой популярностью.

Еще в 1898 г. Красная Поляна, благодаря своим уникальным природным и климатическим данным, была признана горным курортом. Окрестные земли объявили «заповедной охотой» царской семьи. Здесь построили дом для императора Николая II. Рядом началось строительство дач царских вельмож и других представителей элиты дореволюционной России. Параллельно в Красной Поляне возводились санатории и пансионаты. В 1899 г. было построено Краснополянское шоссе, что явилось толчком к развитию Красной Поляны как горноклиматического курорта [1].

В последние годы поселок переживает второе рождение. Сейчас это горноклиматический курорт с большим будущим. В районе Красной Поляны появились горнолыжные трассы, отвечающие мировым стандартам. В Красной поляне размещены четыре горнолыжных комплекса – Роза Хутор, Лаура, Горная карусель и Альпика-сервис. На территории горного кластера построены и введены в эксплуатацию гостиничные комплексы мирового уровня.

Развитие экологического туризма в г. Сочи предусматривает эффективное использование Олимпийских объектов и инфраструктуры в постолимпийский период, и очень важным является тот факт, что объекты олимпийской инфраструктуры гармонично интегрировались в имеющийся природный ландшафт.

Крупнейший горнолыжный курорт в районе Красной Поляны окружен Кавказским биосферным заповедником. В горах Кавказа произрастает большое количество редких и исчезающих видов растений, обитает большое количество животных, занесенных в Красную книгу России. Разнообразие биоты горных регионов во многом определяет современный облик горных экосистем и горных территорий в целом, а также тот ресурсный потенциал, который необходимо сохранить для будущих поколений.

Целью экотуризма является не только получение удовольствия от общения с природой, но, прежде всего, сохранение экологии территории и воспитание понимания необходимости охраны природы на уровне мировоззрения, что содействует повышению эколого-образовательного и общекультурного уровня посетителей и местных жителей. Этот факт необходимо учитывать при разработке туристических экскурсионных маршрутов.

В качестве объектов экскурсионных программ при разработке маршрутов можно использовать природные достопримечательности Западного Кавказа. Предгорья южного склона Главного Кавказского хребта покрыты субтропическими лесами колхидского типа, являя собой живое свидетельство доисторических лесов Европы и запада Азии. Восточный отдел занимает первое место в Кавказском заповеднике по численности диких животных. Здесь можно встретить зубра кавказского, оленя, серну, тура, кабана, медведя и других животных. Если смотреть на р. Мзымта, взору туристов открывается незабываемый горный массив Аибги, который состоит из четырех вершин. Одна из вершин носит имя «пик Черная Пирамида». Самый удобный маршрут для восхождения на вершину начинается на въезде в п. Красная Поляна.

На заповедной территории на кордоне Лаура построен вольерный комплекс, относящийся к Кавказскому биосферному заповеднику. В комплексе живут дикие животные, подавляющее большинство среди которых относится к редким видам. Заповедная территория Лаура относится к объекту Всемирного природного наследия «Западный Кавказ».

К сегодняшнему дню на территории России существует огромное количество национальных парков, природных парков регионального значения, государственных природных заповедников федерального и регионального значения.

С целью создания условий для регулируемого туризма и отдыха при сохранении уникальности и репрезентативности территории Сочинского Национального парка, Кавказского государственного природного биосферного заповедника им Х.Г. Шапошникова разработана программа развития экологического туризма г. Сочи.

Собираясь в отпуск, мы всегда рассматриваем разные варианты места назначения, то есть того курорта, где мы будем наслаждаться отдыхом. И в наш расширенный список обязательно попадает Сочи – ведь это известнейший город-курорт России.

Экологический туризм в России только развивается, поэтому формы экологического туризма не всегда соответствуют международным стандартам, тем не менее, можно говорить о специфической модели российского экотуризма, где строгость законов сочетается уникальным образом с определенной свободой передвижения по туристическим заповедным маршрутам.

Список использованных источников

1. *Шипунова С.Е.* Олимпийское наследие Сочи. М., 2014.

Ю.Н. Хорошкин

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА МЕЖДУ ИЗРАИЛЕМ И РОССИЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Кубанский государственный университет

Summary: Tourism to Israel has an important role in the economy. But the worsening economic situation in Russia, could have negative consequences for the development of the industry in Israel

Keywords: Tourism, economy, Israel, Russia, tourist flows

Тесные культурные и исторические связи России и Израиля, всегда благоприятно влияли на сотрудничество двух стран. Также Израиль всегда привлекал россиян в качестве важнейшего туристического направления. Так по данным Ростуризма в 2014 г. с целью туризма Израиль посетило 221 тыс. граждан России. В итоге Израиль занял место в рейтинге самых популярных направлений с целью туризма среди россиян [2].

Отмена визового режима в 2008 г. способствовала двукратному увеличению количества перемещений граждан между странами, причем тенденция роста посещений Израиля туристами из России в 2013 г. по сравнению с 2007 г. почти в 2 раза больше, чем в целом рост посещений россиянами других стран мира [3].

Текущая экономическая ситуация в России отразилась на возможности россиян путешествовать. В 2014 г. Израиль посетило на 2,2% меньше россиян, чем в 2013 г. За последние 5 лет это первое снижение динамики посещений от года к году, причем общее снижение посещений приходится именно за счет граждан, указавших туризм, в качестве цели своего визита (табл. 1) [2].

Табл. 1 – Динамика посещения Израиля гражданами РФ за 2010–2014 гг.

Цели поездки	Год				
	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	283140	335933	339029	395324	386600
Туризм	184776	225976	219019	234512	221380
Служебная	5095	5934	6484	7687	8211
Прочие	93269	104023	113526	153125	157009
Динамика от года к году, %	125,1	118,6	100,9	116,6	97,8

Конечно же, Израиль заинтересован в росте туристического потока из России. Так, во время проходившей в апреле 2015 г. в Екатеринбурге международной выставке «ЛЕТО – 2015» было заявлено администрацией Израиля, что в данный момент разрабатывается программа по введению специальных цен на проживание для российских туристов, потому что израильские отели заинтересованы в туристах из России и готовы стать участниками этой программы. Кроме того, планируется и программа

субсидирования российских авиакомпаний, выполняющих чартерные рейсы в курортный г. Эйлат [1].

В настоящий момент в Израиле разрабатываются программы фестивалей, которые будут рассчитаны на туристов из России. Например, в Эйлате пройдет фестиваль Comedy Club. Но и непосредственно в России запланировано проведение мероприятий связанных с продвижением израильского туризма. Заключены и новые договоры о поддержке программ трех крупных российских операторов, выходящих на израильский рынок.

Таким образом, мы видим, что при ухудшении финансового состояния россиян, и туристический бизнес, и правительство Израиля, готовы разрабатывать специальные программы по снижению цены отдыха для российских туристов. Т. к. снижение туристического потока из России, может негативно сказаться на туристическом бизнесе Израиля.

Список использованных источников

1. Турбизнес. URL: http://tourbus.ru/news/8912.html.

2. Федеральное агентство по туризму. URL: http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/.

3. *Хорошкин Ю.Н., Филобок А.А., Миненкова В.В., Волкова Т.А.* Условия и предпосылки развития туристско-рекреационного комплекса Израиля и возможность их формирования в России с учетом современной ситуации / Изв. Дагестанского гос. пед. ун-та. Естественные и точные науки. 2014. № 4(29).

И.В. Цулая, С.А. Хагуш

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА ГАГРСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

Абхазский государственный университет

Summary: Gagra resort is special because a relatively small area located a number of spa facilities, the availability of various resources are attractive to tourists.

Keywords: special, climate, resort, resources, hotels.

Гагрский район занимает самую северо-западную часть Абхазии. Он граничит с Краснодарским краем Российской Федерации. Площадь района 772 км^2, население 52 тыс. человек. Гагрский район специализируется на санаторно-курортном лечении, организации оздоровительного, морского, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

В Гагрском районе расположено 52 санаторно-курортных объекта (что составляет 65% от общего числа санаторно-курортных объектов в РА), 10 556 койко-мест (80%). В 2014 г. количество обслуженных туристов составило 97 235 человек. Численность работников туриндустрии по Гагрскому району 2 098 человек.

Большинство туристов приезжают на отдых в район самостоятельно (около 70%). Это связано с преобладанием в районе количества койко-мест в частном секторе и тесными связями между туристами и местным населением.

Туристы останавливаются в недорогих отелях или в частном секторе, и более 55% из них расходуют от 700 до 1 500 руб. в сутки. Другие 45% туристов предпочли дорогие средства размещения, расходы которых составили свыше 1 500 руб. в сутки.

География притяжения туристов, приезжающих на отдых, весьма разнообразна и охватывает все федеральные округа России и страны СНГ. Чем дальше от Абхазии находятся федеральные округа России, тем меньшее количество туристов приезжает на отдых (Дальневосточный – 3,95%; Сибирский – 5,53%; Уральский – 5,26%). Высокий уровень развития, прочные туристские связи и существующее транспортное сообщение предопределили весомую долю посещения Гагрского района из Центрального (33,42%), Приволжского (26,32%), Южного (15%) федеральных округов.

Гагрский район резко выделяется в отношений рекреационных ресурсов. Здесь большие возможности для развития индустрии отдыха.

Жоэкварское ущелье – одно из любопытнейших мест Старой Гагры. Протяженность удивительного природного и исторического памятника огромна. Издавна по ущелью проходили тропы, ведущие на Северный Кавказ. В 1841 г., в 1 км от крепости была сооружена сторожевая башня из валунов. В строительстве башни принимал участие друг А.С. Пушкина К. Данзас, служивший в то время в гагрском полку. В настоящее времяна Жоэкварском ущелье отдыхает очень много туристов.

Здесь находятся объекты известные во всем мире такие как: река Репруа – самая маленькая река в мире и пещера Крубера-Воронья считается самой глубокой в мире (2256м).

Река Репруа – это мощный выход подземной карстовой реки, которая через 18 м впадает в Чёрное море. Мощность потока позволяет обеспечивать водозабор всей Гагры. Река также питается водами самой глубокой пещеры мира Крубера-Воронья, поэтому является одной из самых холодных рек Черноморского побережья Кавказа.

Река Бзыбь – берёт начало в горах Западного Кавказа на высоте 2300 м. Собирает воды с южных склонов Главного Кавказского (Водораздельного) хребта, а также с расположенных южнее второстепенных хребтов – Гагрского, Бзыбского, Анчха и других. В районе слияния рек Бзыбь и Гега находится Гегское ущелье, окруженное с двух сторон горами. Недалеко от устья Бзыбь выходит на равнину и двумя рукавами впадает в Чёрное море. В устье реки Бзыбь расположено одноимённое село.

Озеро Инкит – реликтовое озеро на Пицундском мысу, в Абхазии, на территории Гагрского района. Находится на уровне моря, площадь зеркала 0,4 км^2, наибольшая глубина 3,2 м., объем воды 810 тыс. м^3. Раннее из озера вытекал ручей (вода была пресной), но из-за искусственного понижения уровня воды в озеро начала просачиваться соленая морская вода. На данный момент соленость составляет – 5 гр/л. В западной и центральной частях полуострова Пицунда расположено 8 реликтовых озер.

Гагрский район очень богат памятниками истории и культуры: Колоннада в Старой Гагре, Памятник солдатам ВОВ, Железобетонный зонт (начало XX века), скульптура Медея, Памятник «Вечной дружбы кавказских народов» или памятник павшим воинам за независимость Абхазии высотой 93 м, Замок принца Ольденбургского, крепость Абаата с храмом св. Ипатия Гагрского (X–XI в.). Это одно из самых древних культовых сооружений Абхазии. Его построили кавказские христиане в VI в., хотя, по мнению отдельных ученых, это произошло в X в. Изначально это была церковь Покрова Божьей матери, позднее она была освящена во имя св. Ипатия Гагрского, чьи мощи предположительно покоятся в ней. Церковь представляет собой образец древнейшей трех церковной базилики.

В центре Пицунды на территории Государственного историко-архитектурного заповедника «Великий Питиунт» находится уникальный храм – Патриарший собор в честь Апостола Андрея Первозванного, построенный в начале X в. Храм является главным объектом монастырского комплекса, и на протяжении десяти веков он был и остается национальной гордостью, материальной и духовной культурой народов Абхазии. Храм имеет вид удлиненного прямоугольника с выступающими полукруглыми апсидами. Высота собора вместе с куполом 29 м, длина 39 м, ширина 25 м, а толщина стен до 1,5 м.

Внутри Пицундского храма находится усыпальница, в которой расположены две гробницы: апостолов Андрея Первозванного и Симона Кананита. Об этом свидетельствуют фрески с изображениями апостолов внутри усыпальницы.

Особенность Гагрского района в сравнении с другими курортами Абхазии – самый близкий к границе курорт, Гагра находится в 12 км от г. Адлер – крупного транспортного узла. Приграничная часть Гагрского района с РФ создает преимущества для развития туризма в районе. Курорт Гагра был основан в 1903 г.

Принц Ольденбургский положил начало развитию курорта Гагра. В основе идеи создания Гагрского курорта лежало превращение этого благодатного уголка в своеобразный большой курортно-игорный центр по примеру знаменитых Монте-Карло и Ниццы. Стараниями принца Ольденбургского новый курорт на Черноморском побережье Кавказа был широко разрекламирован как в России, так и за ее пределами.

1. Месторасположение города. Особенность курорта состоит в том, что это место считается самым теплым во всей европейской части СНГ и на всем побережье Черного моря. Средняя годовая температура составляет примерно +17°С. Климат в городе влажный субтропический с комфортной температурой для отдыха и лечения. Средняя температура летом от +24 до +30°С, зимой, как правило, столбик термометра нечасто опускается ниже +10°С. За счет перепада высот здесь осуществляется естественная вентиляция и обновление воздуха, так что здесь воздух всегда свежий и чистый.

2. На территории района расположен Пицундско-Мюсерский заповедник. Сосновая роща Пицунды – представитель древней понтийской флоры. Роща протяженностью вдоль берега около 7 км занимает площадь около 200 га. Возраст отдельных деревьев 200 лет.

Их общее количество около 30 000. В настоящее время этот вид сосны произрастает лишь на побережье Чёрного моря, а такой мощный массив сохранился исключительно в Пицунде.

3. Наибольшее в Абхазии число средств размещения с высоким уровнем обслуживания (Алекс Бич, Дельфин, Самшитовая роща, Райда и т.д.).

4. Работа курорта в межсезонье. Курорты Гагрского района выделяются работой в межсезонье. Они принимают большое количество туристов на Новый Год, майские праздники и т.д.

Гагрский район динамично развивается благодаря выгодному месторасположению, прекрасному климату и великолепной природе и гостеприимному местному населению.

Список использованных источников

1. *Адзинба З.И., Богайчук Н.А.* География Абхазии. Сухум, 2003.

2. *Цулая И.В.* Модель развития международного туризма в Абхазии / Стратегия развития приграничных территорий: традиции и инновации. Курск, 2014 г.

О. Г. Чаплыгина

ПОДХОДЫ К РЕКРЕАЦИОННО-ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ ИЗУЧЕНИЮ ТЕРРИТОРИИ

Курский государственный университет

Summary: Recreational-geographic studies represent an important part of economic-geographical research of various areas. Basic approaches to the analysis of the recreational sphere were formed; they allow for assessing its condition and identifying direction of further development.

Key words: recreation, recreational potential, territory.

Рекреационно-географическое направление является важной составляющей экономическо-географических исследований территории. Развивающаяся рекреационная деятельность в пределах

конкретных территорий – это одна из сторон деятельности людей, необходимая для их нормальной жизнедеятельности.

Понятие «рекреация» характеризует определенные виды избирательной жизнедеятельности людей в свободное время и то пространство, в котором оно функционирует [1].

Рекреационное использование территории тесно связано с их природными условиями. Важна оценка природных факторов для организации отдыха, оптимизация выбора туристских объектов в пределах ландшафтов с учетом сезонности и другие стороны. При развитии отдыха и туризма необходима соответствующая материально-техническая база: стационарное и подвижное жилье, транспорт, инфраструктура. Изучается население – воспроизводственные процессы, состояние здоровья, возможность увеличения трудоспособного возраста, рост образовательного и культурного уровня и т.д. Это географическая проблема исследования. Данные стороны подтверждают приоритетность географии в рекреационных исследованиях. Но изучение рекреации все же носит междисциплинарный характер [2].

Рекреационный комплекс, как звено экономики, опирается на определенное сочетание ресурсов, кадры, связи с другими отраслями. Сложную совокупность явлений, связанных с рекреацией, стоит рассматривать как рекреационную систему. Она обладает набором общественно необходимых рекреационных функций и является одной из подсистем экономики и равнозначна системам материального производства и непроизводственной сферы.

В рекреационной географии выделяют территориальные рекреационные системы (ТРС), которые представляют собой географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных и комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала, отдыхающих, органов управления. Территориальным базисом формирования ТРС являются подсистема «природные и культурные комплексы», выступающая в качестве ресурсов и условий удовлетворения рекреационных потребностей. Ресурсам свойственна определенная емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие и привлекательность.

Обычную жизнедеятельность отдыхающих (услуги размещения, питания, транспорта), обслуживающего персонала и специфические рекреационные потребности (услуги лечения, экскурсионное, культурное, бытовое обслуживание) обеспечивает подсистема

«инженерные сооружения». Совокупность рекреационных и обслуживающих предприятий формирует рекреационную инфраструктуру, которая характеризуется следующими показателями: емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие, загруженность, эксплуатационная (технологическая) готовность.

Обслуживание рекреантов обеспечивает подсистема «обслуживающий персонал». Она характеризуется численностью рекреационного персонала специализированных предприятий, уровнем квалификации и профессионализма кадров, обслуживающих туристов, обеспеченностью рабочей силой.

Подсистема «отдыхающие» является центральной и определяющей требования к другим элементам территориальных рекреационных систем в зависимости от социально-демографических, возрастных, национальных, региональных особенностей рекреантов. Эта подсистема определяется объемом и структурой рекреационных потребностей, избирательностью и географией рекреационного спроса, сезонностью и разнообразием.

Звено «органы управления» обеспечивает оптимальное соотношение между всеми системами, получая информацию о свойствах и емкости подсистем, осуществляет информационное, законодательное, финансовое и материально-техническое обеспечение рекреационной деятельности.

Необходимым условием развития отдыха и туризма является наличие рекреационного потенциала. Следует учитывать всю совокупность природных, культурно-исторических, и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории. Кроме того, включаются условия и факторы развития рекреационной деятельности.

Важной составной частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы. Они оказывают влияние на территориальную организацию рекреационного комплекса, формирование рекреационных районов, их специализацию и экономическую эффективность обслуживания. При этом следует учитывать социально-экономические факторы: способ производства и характер производственных отношений, уровень развития экономики и культуры, объем и структура рекреационных потребностей и другие. Хозяйственная оценка рекреационных ресурсов является определяющей частью исследований, связанных с планированием и проектированием ТРС. Экономическая оценка

ресурсов для отдыха и туризма включает систему показателей, которые отражают экономические результаты рекреационной деятельности, начиная от их эксплуатации и завершая социально-экономическим эффектом в хозяйственной системе территории.

Отражением этапов развития территориальной организации рекреационной сферы и инструментом изучения отдыха и туризма служит рекреационное районирование. Рекреационный район рассматривается как территория, пригодная для организации отдыха и туризма в связи с наличием на ней рекреационных ресурсов. Возможно осуществление районирования условий и факторов рекреации (природные и социально-экономические условия и ресурсы). Выполняется частное (отраслевое) районирование отдельных составляющих рекреационного сектора (оздоровительный отдых, курортное лечение и другие) и интегральное экономико-географическое рекреационное районирование. В практике применимо сочетание обоих видов районирования. Важным является социально-географическое районирование, которое рассматривает региональную дифференциацию рекреационных потребностей населения и территориальные системы отдыха.

Таким образом, сложившиеся подходы к рекреационно-географическому исследованию территории нуждаются в дополнении, обновлении в соответствии с требованиями времени, изменениями, которые происходят в обществе, растущими потребностями населения.

Список использованных источников

1. *Большаник П.В*. Рекреационная география. Омск, 2003.

2. Экономическая и социальная география России / Под ред. А.Т. Хрущева. М., 2009.

А.В. Шаврина, С.В. Парамонова,
А.Н. Задорожняя

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА УСЛУГИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА

Сочинский государственный университет,
Филиал в г. Анапе Краснодарского края

Summary: In the following article are discussed the results of a study of conditions and factors that determine the degree of satisfaction of tourists to recreation and treatment in companies children's holidays.

Keywords: sanatorium sphere, tourist, satisfaction, development.

Неотъемлемой частью социальной политики в отношении семей с детьми является организация оздоровительного отдыха детей и подростков. Проблема устойчивого развития детских оздоровительных учреждений и повышения эффективности программ детского оздоровительного отдыха относится к проблемам обеспечения экономической безопасности государства, поскольку функционирование данной сферы с максимальной отдачей является существенным фактором сохранения здоровья населения и роста российской экономики, сохранения ее потенциала и социальной ориентированности [1].

Детские оздоровительные лагеря играют все большую роль в жизни общества, являясь учреждениями, которые не только осуществляют оздоровление и отдых детей, но и выполняют образовательные и воспитательные функции. При правильно организованной деятельности детский оздоровительный лагерь становится привлекательным местом оздоровления, создавая благоприятную атмосферу для самопознания, самовоспитания, развития новых навыков.

Зависимость потребительского спроса на услуги детских оздоровительных учреждений от множества факторов (природно-климатических, экономических, социальных, демографических, психологических, материально-технических, технологических) обусловливает постоянное их исследование, оценку и выработку

очень своеобразных, специфических для каждой организации решений.

По заказу администрации санаторно-курортного объединении (СКО) «Смена» группой ученых филиала Сочинского государственного университета в городе-курорте Анапа в декабре 2014 г. были проведены исследования предпочтений потребителей, факторов роста эффективности программ детского оздоровительного отдыха, условий формирования устойчивого спроса на услуги детских оздоровительных учреждений.

Потребительский спрос на услуги детского оздоровительного лагеря независимо от специализации и ведомственной принадлежности предъявляет требования к обеспечению полноценного отдыха и оздоровления, к содержанию развития и воспитания детей. Это целый комплекс ожиданий потребителей, обусловливающий необходимость решения ряда психолого-педагогических, методических и управленческих задач:

− создание в детском оздоровительном лагере воспитательной среды, благоприятной, для формирования нравственной культуры ребенка, духовной основы его развития;

− использование природных условий для восстановления, сохранения, компенсации здоровья детей и подростков, привлечение максимального количества школьников к осознанному выбору здорового образа жизни;

− создание условий для формирования и развития социально-адаптированной личности, для развития навыков эффективного взаимодействия детей и подростков с окружающим миром, для удовлетворения базовых потребностей личности в защищенности, в признании и уважении, в самоутверждении;

− предоставление широкого спектра дополнительных образовательных услуг, способствующих творческой самореализации, самовыражению и самосовершенствованию каждого участника смены, личностному самоопределению подростков;

− разработка модели воспитательной системы детского оздоровительного лагеря, предполагающей интеграцию педагогического коллектива и всех служб лагеря в решении задач конкретной программы с методическим описанием, механизмов сотрудничества, педагогических технологий, системы оценки эффективности и результативности.

Качество отдыха и оздоровления зависит как от организации воспитательного, оздоровительного процессов, так и от условий проживания ребенка в оздоровительном учреждении. К ним относятся состояние жилых корпусов, спальных, игровых помещений, санузлов, душевых, состояние мебели, спальных принадлежностей и т.д. Создание комфортных условий проживания детей способствует благоприятной атмосфере отдыха и является одним из важных критериев качества работы оздоровительного учреждения. Актуальными для оздоровительного лагеря являются мероприятия по обеспечению качества и доступности услуг. Для повышения качества отдыха, согласно результатам исследования, важно:

- «сделать лагерь чище, красивее и уютнее»;
- «проследить за тем, чтобы все мероприятия в смене были интересными»;
- «организовать новые кружки и секции»;
- «улучшить отношения между взрослыми (педагогами, вожатыми) и ребятами».

Решение проблемы формирования устойчивого спроса на услуги детского оздоровительного лагеря видится в следующих дополнениях программ детского отдыха и оздоровления:

- включение дополнительных видов и форм деятельности, рассчитанных на доминирующие способности, интерес и потребности детей (интеллектуально-познавательные, художественно-творческие); выступления на концертных площадках, проведение археологических раскопок, разработка социально-значимых проектов – все это является одновременно и привлекательным для участников, имеет четко выраженный результат, содержит эффект новизны, позволяет проявить творчество и самостоятельность и способствует самоутверждению личности;
- формирование пространства свободы и творчества, что предполагает право выбора познавательной деятельности, клубного пространства, пути, темпа продвижения по маршруту в освоении выбранной деятельности; выбора форм и способов организации жизни в коллективе, участие в досугово-развлекательных мероприятиях; выбора ролевой позиции при подготовке дел (организатор, участник, эксперт, рекламный агент, консультант); выбор формы участия в оздоровительных программах (обливание, зарядка, шейпинг, массаж, спортивные секции, купание);

– поддержка социальной активности через включение подростков в социально-значимую деятельность при проведении разноплановых просветительских, оздоровительных, спортивных, мероприятий; формирование временных творческих групп, служб из числа взрослых и детей по организации, пропаганде, освещению жизнедеятельности в лагере; проведение межлагерных и внутрилагерных мероприятий, дискуссионных клубов, олимпиад по науке и искусству; освещение интересных дел пресс-центром.

Ресурсы территории, инфраструктура и методы продвижения услуг оздоровительных предприятия являются взаимозависимыми компонентами, обладающими равной значимостью для формирования устойчивого потребительского спроса. Активно входить на рынок можно благодаря оригинальным решениям и методам продвижения. В то же время нельзя не учитывать тот факт, что без высокоразвитой инфраструктуры (дорог, каналов связи), интерес потребителя к территории значительно снижается, несмотря на разнообразие и качество предлагаемых услуг [2].

Залогом долгосрочной глобальной конкурентоспособности государства является постоянное совершенствование и развитие общества, в жизни которого детские оздоровительные лагеря играют все большую роль. Поэтому системное и комплексное изучение проблем учреждений детского оздоровительного отдыха необходимо рассматривать в числе важнейших задач социально-экономических исследований.

Список использованных источников

1. *Парамонова С.В., Шаврина А.В., Варгина Н.А.* Развитие санаторно-курортной сферы: проблемы и решения. / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального равзития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

2. *Шаврина А.В., Парамонова С.В., Задорожняя А.Н.* Особенности потребительского спроса на услуги предприятий санаторно-курортной сферы в период межсезонья / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального равзития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

А.Р. Шарматава, Д.Г. Квициния

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АБХАЗИЯ

Абхазский государственный университет

Summary: study of factors in the development of rural tourism in Abkhazia.

Keywords: rural tourism, hospitality, traditional accommodation.

Сельский туризм является основным фактором, влияющим на развитие отдаленных регионов, не являясь популяризированным видом туризма и не внося большого вклада в экономику страны. Сельский туризм – это одно из важных направлений в политике развития села, поскольку является альтернативой его индустриализации и средством содержания населения в слабо развитых в промышленном отношении регионах. Он создает новые рабочие места и приносит реальный доход регионам, а также позволяет найти средства и способы для сохранения природы.

Сельский туризм – это не только проживание туриста в сельском доме, но и функционирование целой инфраструктуры, которая включает хорошие транспортные сообщения между населенными пунктами, места проведения досуга, наличие служб, оказывающих различные услуги по предоставлению информации и обслуживанию, маленькие ресторанчики, кафе и трактиры. При этом каждый гость, (в сельском туризме туриста называют «гостем»), должен ощущать домашний комфорт и повышенное персональное внимание. Главной фигурой, обеспечивающей проживание, питание и знакомство с достопримечательностями сельской местности, является сельская семья [6].

Абхазия обладает всеми необходимыми факторами, для развития сельского туризма, такими как: природные ресурсы, гостеприимство и традиционное абхазское жилище.

Абхазия отличается своеобразным природным ландшафтом, начиная с влажных субтропических на побережье и кончая горно-ледниковыми. Наиболее хозяйственное значение имеет низменно-холмистая часть территории, составляющая примерно 30% площади республики. Здесь проживает более 95% населения Абхазии,

расположены почти все ее города, плантации субтропических и других сельскохозяйственных культур. Расчлененный рельеф территории республики дробит земельные участки, что делает рельеф каждой сельской местности непохожей друг на друга.

Климатические условия Абхазии также благоприятны для сельского туризма, т.к. одним из видов его организации – это участие туристов в сборе урожая. Абхазия расположена на рубеже умеренного и субтропического климатических поясов, здесь ярко выражено увеличение продолжительности солнечного сияния. В зимние месяцы продолжительность довольно велика, в год составляет от 2000 до 2520 ч [1].

Одним из необходимых факторов для развития сельского туризма является растительный мир. В Абхазии каждое четвертое растение является эндемиком и встречается только здесь или на Кавказе и нигде более в мире. Например, колокольчик парадоксальный, в Бзыбском ущелье. В лесных убежищах Абхазии сохранились земляничное дерево, тис ягодный, пицундская сосна, реликтовый «певучий тростник» – арундо, древовидный вереск, подладанник красный. Особые экологические условия природной среды формируют здесь одни из самых высокоствольных лесов Северного полушария. Так, в Абхазии бук восточный и пихта – по размерам не имеют равных на планете [1].

Богатством отличается и животный мир, т.к. через территорию Абхазии пролегает один из крупнейших на евроазиатском континенте миграционных путей птиц. Здесь встречаются многие редкие и охраняемые виды как розовый пеликан и беркут, сокол-сапсан и лебедь-шипун, кавказский улар и кавказский тетерев, белоголовый сип и большая чечевица. На развитие сельского туризма в Абхазии воздействуют традиций абхазского народа. Как и у всех древних народов у абхазов на первом плане стоит уважение к старшим [1].

На протяжении нескольких тысячелетий в Абхазии происходило скрещение цивилизаций и культур, но, несмотря на все эти сложности, стержнем и эталоном поведения абхазов был их этикет, богатый духовный внутренний мир, построенный на высокой нравственности – Апсуара.

Апсуара – это нравственно-моральный и духовно-религиозный кодекс чести и чистоты абхаза и человека вообще, насколько сильно соблюдение Апсуара, настолько абхазы, несмотря на свою

относительно небольшую численность сохраняют свои нравы, обычаи, духовную чистоплотность и священную землю предков.

Человек может обладать всякими добродетелями, но достаточно ему не быть хлебосольным и гостеприимным, чтобы оказаться морально осужденным и ущербным в своем обществе [3].

Для приема гостей в старину строился специальный дом во дворе под названием «асасааирта», то есть «место, куда приходят гости». Обычно теперь асасааиртой служит зал так называемого «большого дома». Гостя усаживают на почетном месте, тогда как сами хозяева, в том числе иногда даже глава семьи, садится не сразу, не раньше, чем это сделает гость, а члены семьи помоложе, несмотря на уговоры посетителя, продолжают стоять [3].

Изысканный прием, оказываемый гостю, имеет самые разнообразные проявления. С момента прихода гостя и вплоть до прощальных минут, как бы долго это ни длилось – день, два или больше, – он должен находиться – особенно если речь идет о важном госте из дальних мест (асасдахь) – в центре внимания всего семейного коллектива, а частично также их ближайших родственников и соседей, которые по этому случаю также откладывают в сторону свои дела. Женщины и молодежь готовят в кухне угощение, приём если в честь гостя режут кур, козла, барана и прочее, то должно быть сделано незаметным для него образом, чтобы он, действуя в свою очередь согласно обычаю, не стал бы уговаривать их не утруждать себя.

Одна из главных обязанностей хозяина, принявшего гостя, – это защита его жизни, чести и имущества от посягательств со стороны кого бы то ни было, иногда даже с риском для собственной жизни. Отношения гостя и хозяев отличаются взаимным уважением и деликатностью [2].

Главнейшим элементом ритуала гостеприимства являются все-таки угощение, хлеб-соль (ачеиджика). Каждая семья старается приберечь хоть что-нибудь для неожиданных гостей. Так, рачительные хозяйки припрятывают пшеничную муку, сыр, сладости, фрукты, водку в бутылках и т.д. От хозяйки не должен отставать и хозяин в сбережении «доли гостя». На нем лежит обязанность подать гостю главное блюдо абхазского стола – мясо и вино [3].

Абхазские сельские общины (акыта), состоявшие из нескольких поселков (ацута, ахабла), занимали обширную площадь – иногда по нескольку десятков квадратных километров. Разбросанность

составляла и поныне составляет характерную черту абхазских поселений, которые представляют не сплошное селение, а систему хуторов и отдельных усадеб, стоящих изолированно посреди своих участков. Состоятельные люди имели два строения: «большое» для приема гостей (асасааирта) и «малое» для семьи; зачастую сюда добавлялось и третье – домик для новобрачных (амхара).

В далеком прошлом «большой дом» представлял собой небольшую одноэтажную постройку, но уже в XIX в. стали появляться двухэтажные «большие дома», причем нижний этаж (иногда каменный) использовался под жилье или для хозяйственных надобностей: здесь хранились чаны, винные бочки, инвентарь, продукты и прочее, а иногда содержалась верховая лошадь. Убранство гостевого помещения составляли ковры, тюфяки, подушки для спанья, таз и кувшин для умывания, молитвенный коврик; по стенам висели бурки, башлыки, седла, оружие. В нескольких метрах от «большого дома» строился «малый», считавшийся подсобным помещением для обслуживания нужд гостевого дома. Отсюда его название «кухня» («амацурта» – «место обслуживания») [4].

Таким образом, для развития сельского туризма в Абхазии имеются все необходимые ресурсы, поэтому необходимо: разработка новых туристических маршрутов, ориентированных на размещение в сельской местностей; развитие инфраструктуры сел (ремонт дорог, водоснабжение); создание условий для проживания туристов как в семьях, так в коттеджах, сдаваемых в найм в живописной местности, что будет способствовать не только развитию села, но и сохранению сельских ландшафтов.

Список использованной литературы

1. *Ардзинба З.И., Бодайчук Н.А., Губаз А.Ш*. География Абхазии. Сухум, 2003.

2. *Анчабадзе Ю.Д., Аргун Ю.Г.* Абхазы. М., 2007.

3. *Инал-Ипа Ш.Д*. Абхазы-Сухум. Алашара, 1965.

4. *Малия Е.М., Акаба Л.Х*. Одежда и жилище абхазов. Тбилиси, 1982.

М.С. Аракелов, А.С. Аракелов

К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ ИРЧП ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Российский государственный гидрометеорологический университет, Филиал в г. Туапсе Краснодарского края

Summary: The Human Development Index (HDI) is one of the most respected ratings. In the HDI Krasnodar region in 2010 firmly took 19th place in the list of subjects RF. Most municipalities have an average level of human development.

Keywords: evaluation of human development, the level of development of the Krasnodar Territory.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) (HDI) является одним из самых авторитетных рейтингов среди множества мировых рейтингов, он публикуется с 1990 г. в независимом докладе о развитии человеческого потенциала (HDR), который составляется группой ведущих мировых ученых и практиков по заказу Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Индекс был разработан пакистанским экономистом Махбубом уль-Хаком (Mahbub ul-Haq).

Самый важный момент: при расчёте ИРЧП берётся не номинальный ВВП на душу населения, а именно ВВП, рассчитанный по паритету покупательной способности. ИРЧП четко проводит различие между доходами и человеческим благополучием. Путем измерения средних достижений в здравоохранении, образовании и доходах ИРЧП может дать более полную картину состояния развития страны, чем только измерение уровня доходов.

ИРЧП представляет собой среднее арифметическое индекса продолжительности жизни – I_e, индекса достигнутого уровня образования – $I_{обр}$ и индекса ВРП – $I_{ВРП}$. ИРЧП может принимать значения от 0 до 1. Считается, что регионы (страны) с индексом ниже

0,5 имеют низкий уровень человеческого развития, 0,5–0,8 – средний уровень, 0,8 и больше – высокий уровень развития.

В рейтинге ИРЧП Краснодарский край в 2000 г. занимал 18 место, в 2004 г. – 27, уступая ближайшим конкурентам по индексу образования и имея преимущества по индексу долголетия. Начиная с 2010 г. регион прочно занял 19 место в списке субъектов РФ.

Расчёт индексов человеческого развития для муниципальных образований региона имеет существенные особенности, не позволяющие механически переносить методику расчёта индекса для региона в целом на отдельные муниципалитеты. Во-первых, мы не располагаем информацией об ожидаемой продолжительности жизни при рождении по отдельным муниципальным образованиям. Поэтому для расчёта индекса долголетия был использован показатель ожидаемой продолжительности жизни при рождении всего населения края. Во-вторых, показатели образования отдельных территорий часто не отражают уровень образования населения. Особенно это касается крупных городов – Краснодара, Сочи, Новороссийска, где очень высока численность учащихся из других городов и районов. В-третьих, отсутствие показателя ВРП для отдельных муниципальных образований вызывает необходимость замены этого компонента ИРЧП аналогичным индикатором, позволяющим объективно оценить доходы населения. В качестве такого показателя использована среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций с учётом прожиточного минимума по стране в целом.

В результате построения ИРЧП для муниципалитетов Краснодарского края были выделены четыре типа территорий, представленных в табл. 1. Выделение муниципалитетов Краснодарского края по уровню развития человеческого потенциала позволяет с большей эффективностью провести региональную оценку человеческого развития в крае. Согласно полученным результатам, большинство муниципальных образований имеют средний уровень человеческого потенциала. Традиционно депрессивные северо-восточные районы отнесены к группе с низким уровнем развития. Развитые сельскохозяйственные и промышленные центры имеют высокий уровень человеческого развития. Города Краснодар, Сочи и Новороссийск имеют самый высокий уровень человеческого развития. Таким образом, можно говорить о наличии в регионе диспропорций в социальном развитии, сглаживание которых требует принятия решений и мер на уровне каждого муниципального

образования. Совершенно очевидно, что три наиболее крупных города, имеющих всероссийскую и даже мировую известность вошли в состав наиболее развитых территорий по индексу человеческого развития. Сегодня эти города представляют собой своеобразные точки социально-экономического роста и благополучия на фоне бедности и безработицы соседних городов и районов. Лишь незначительная часть сельских районов имеют высокий уровень человеческого развития. Это как раз те районы, где удалось сохранить, а в некоторых даже преумножить накопленный сельскохозяйственный и промышленный потенциал.

Табл. 1 – Уровень развития человеческого потенциала в муниципальных образованиях Краснодарского края

Уровень развития человеческого потенциала	ИРЧП	Муниципальные образования
Низкий уровень	0,493–0,499	Белоглинский; Крыловский; Новопокровский районы.
Средний уровень	0,512–0,594	Город Горячий ключ; Абинский; Апшеронский; Брюховецкий; Гулькевичский; Динской; Ейский; Калининский; Каневский; Кореновский; Красноармейский; Крымский; Курганинский; Кущевский; Лабинский; Мостовской; Новокубанский; Отрадненский; Павловский; Приморско-Ахтарский; Староминский; Тбилисский; Темрюкский; Успенский; Щербиновский районы.
Высокий уровень	0,607–0,700	Города Анапа; Армавир; Геленджик; Белореченский; Выселковский; Кавказский; Ленинградский; Северский; Славянский; Тимашевский; Тихорецкий; Туапсинский и Усть-Лабинский районы.
Очень высокий уровень	0,800–0,997	Города Краснодар; Новороссийск; Сочи

Подводя итоги, можно выделить следующие социальные проблемы, обусловливающие отставание Краснодарского края по индексу развития человеческого потенциала от других регионов

страны: сильное постарение населения, относительно низкие душевые денежные доходы из-за высокой доли занятых в сельском хозяйстве, более медленный рост доходов в 2000-е гг.; значительное число неквалифицированных рабочих мест в аграрном секторе, распространённость теневой экономики и занятости в ней, высокая сезонность занятости в рекреационной сфере; сильнейшая конкуренция за землю и ресурсы в приморской зоне и связанная с этим этнонациональная и криминогенная напряжённость в некоторых районах; менее развитое высшее и среднее профессиональное образование, пониженная обеспеченность населения медицинскими услугами.

М.Ю. Беликов, А.Ю. Баядян

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ПОСТРОЕНИИ ТУРИСТСКИХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ГРУППИРОВОК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The research objective is connected with identification of the tourist regional integration groups (TRIG) in Krasnodar Region and studying of their interaction in the tourist sphere on the basis of methods of mathematical modeling. The market of tourist offers of Krasnodar Region can be repeatedly increased, thanks to creation of TRIG based on border cooperation of regions of edge and cross-border cooperation with neighbors of the first order.

Keywords: tourist regional integration group (TRIG), region, integration, mathematical modeling, cluster, tourist product.

Процесс создания туристских региональных интеграционных группировок (ТРИГ) основан на приграничном сотрудничестве районов края и трансграничном сотрудничестве с соседями первого порядка. Для определения региональных интеграционных группировок региона была проведена комплексная оценка 70 показателей природно-ресурсного, культурно-исторического потенциала, социально-экономической, курортно-рекреационной ситуации по муниципальным образованиям края и шести субъектам

РФ (Ростовская область, Ставропольский край, Республики Крым, Адыгея, Карачаево-Черкесия, Абхазия). Что позволило создать базу данных, основанную на количественных показателях факторов.

Статистико-математическое моделирование построено на использовании таких методов, как метод k–средних, кластерный анализ, многомерное шкалирование, иерархическая классификация, сравнение средних значений показателей в кластерах с использованием программного продукта «Statistica 6.0» [4].

На первом этапе при работе с полученными данными проводился дисперсионный анализ, который определил ряд наиболее информативных признаков из полного комплекса для разделения на группы однородности муниципальные образования края и шесть субъектов РФ. Количество переменных сократилось до 43.

На втором этапе проводился кластерный анализ как метод классификационного анализа. В процессе кластеризации из анализа были исключены показатели, которые не влияют на разделение объектов по группам однородности. Последовательно было применено разбиение административных образований края и шести субъектов РФ на четыре, три и два кластера. Более удачным является разбиение административных районов края и шести субъектов РФ на 3 кластера.

На третьем этапе используются два метода многомерного анализа данных – иерархическая классификация и многомерное шкалирование. Выбрав наилучший способ разделения на группы однородности на три кластера, возникает интерес к сходству муниципальных образований и шести субъектов РФ внутри каждого кластера.

Например, в группу однородности (кластер) попадают два муниципальных образования – г. Новороссийск и г. Геленджик, т. е., между ними наибольшее сходство по значению выделенных в процессе кластерного анализа показателей. Далее по мере увеличения расстояния г. Анапа и Туапсинский район образуют новую группу сходства. При последующем увеличении расстояния оба кластера объединяются в один, состоящий уже из четырех административных районов. Далее к ним последовательно добавляются г. Сочи и г. Краснодар. Следовательно, в каждом из трех кластеров можно определить региональные группировки.

Первый кластер включает группировку: г. Анапа; г. Новороссийск; г. Геленджик; г. Сочи и Туапсинский район. Климат, природно-ресурсный потенциал, исторически

складывающаяся специализация экономик данных территорий является основным условием такой региональной интеграции. Исключение составляет г. Краснодар, который является административным, экономическим, транспортным и деловым центром края и часто выступает отправной точкой для перемещения туристов.

Второй кластер включает два региона. Республика Крым, позиционируется сейчас как конкурент курортам Краснодарского края. Но при строительстве моста через Керченский пролив должно произойти распределение туристских потоков путем дифференциации туристских предложений. Республика Крым приобретет статус стратегического партнера в снижение чрезмерной нагрузки в летний сезон на акваторию курортных территорий Краснодарского края.

Ставропольский край и юг Ростовской области. Полноценная интеграция в интересах развития туризма возможна при развитии туристской и транспортной инфраструктуры. Это возможность развития водных видов туризма, рыболовный и охотничий туризм, сельский и этнографический туризм. Но в настоящее время в региональных связях преобладает сельскохозяйственный и продовольственный обмен.

Третий кластер включает шесть региональных группировок:

1. Предгорная ТРИГ: Крымский, Абинский, Северский, Белореченский районы, г. Горячий Ключ, Тахтамукайский, Теучежский районы, г. Адыгейск (Республика Адыгея). Данная группировка специализируется на культурно-историческом и военно-патриотическом туризме, лечении, конном, велосипедном, пешеходном туризме, это центры виноделия.

2. Горная ТРИГ: Апшеронский Мостовский Лабинский и Отрадненский районы, Майкопский район (Республика Адыгея). Граничит с Республикой Карачаево-Черкесия, и г. Сочи, что дает возможность развивать альпинизм, горный туризм, зимние виды туризма, экстремальные виды спорта, маунтбайкинг, экологический туризм.

3. Северо-восточная ТРИГ: Гулькевичский, Кавказский, Тбилиский, Усть-Лабинский, Динской, Красноармейский, Калиниский, Кореновский, Тимашевский, Брюховетский, Каневский, Староминский, Кущевский, Крыловский, Ленинградский, Павловский, Тихорецкий, Выселковский, Новопокровский,

Белоглинский районы, Красногвардейский район (Республика Адыгея) специализируются на туризме выходного дня, рыбалке, охоте, сельском туризме, экскурсионные туры по кубанскому морю. Граничат с Шовгеновском районом Республики Адыгея, Ростовской областью и Ставропольским краем.

4. Восточная ТРИГ: город Армавир, Успенский, Новокубанский и Курганский районы Шовгеновский, Кошехабльский, Гиагинский районы, г. Майкоп (Республика Адыгея) специализируются на экскурсионном, пешеходном, горном, конном туризме, экологическом туризме, спелеотуризме. Благодаря границам с Кошехабльским и Гиагинским районам Республики Адыгея осуществляется сплав по р. Белая и р. Лаба.

5. Приазовская ТРИГ: Щербиновский, Ейский, Приморско-Ахтарский, Славянский и Темрюкский районы специализируются на пляжном, яхтенном туризме, а также серфинге и кайт-серфинге. Щербиновский район в перспективе может сотрудничать с Ростовской областью.

6. Республика Карачаево-Черкесия, граничит и с Республикой Абхазия и предгорно-горными районами Краснодарского края. Является центром альпинизма и горных видов отдыха и спорта. Летом развит пешеходный туризм. Республика Абхазия, которая успешно сотрудничает и распределяет туристские потоки с г. Сочи, развит пляжный отдых, лечение, паломнический, гастрономический, круизный и деловой туризм.

На четвертом этапе для анализа отличия показателей мы воспользовались однофакторным дисперсионным анализом. Главный результат дисперсионного анализа заключается в установлении достоверных межкластерных различий. Это позволяет выделить приоритетные признаки по каждой группе муниципальных образований и составить более четкую характеристику каждой туристской региональной интеграционной группировки.

Таким образом, структура, объем, характер сочетания, и потребительские свойства исследуемых ресурсов определяют возможности формирования и комплексного развития региональных интеграционных группировок, их место в туристском рынке на региональном, федеральном и международном уровне.

Список использованных источников

1. *Александрова А.Ю. Ступина О.Г.* Туристское регионоведение: влияние региональной интеграции на мировой туристский рынок: монография. М., 2014.
2. *Некрасова М.Л.* Районирование курортно-рекреационных территорий Краснодарского края и оценка их инвестиционной привлекательности / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития. Краснодар, 2005.
3. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок: монография. Краснодар, 2014.
4. *Халафян А.А.* Statistica 6.0. Статистический анализ данных. Краснодар, 2003.

А.М. Ветитнев, А.П. Конторских

ИЗУЧЕНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ДЕСТИНАЦИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Сочинский государственный университет

Summary: The article suggests analyzes the concept of Customer orientation. Authors prove the possibility of using the term «Customer-oriented Destination» and suggest directions of studying this phenomenon.

Keywords: customer oriented destinations; Krasnodar region.

В условиях усиления конкурентной борьбы во всех экономических сферах на первый план выходят вопросы совершенствования взаимоотношений поставщиков услуг со своими клиентами. Клиентоориентированность организации становится одним из основных факторов ее конкурентоспособности. Для создания конкурентных преимуществ в настоящее время недостаточно обеспечить разовые продажи, более перспективным представляется устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения клиентами фирмы, причем важны как внешние, так и внутренние клиенты. Основной целью такого подхода является формирование лояльных клиентов. Для его реализации необходимо

формирование такого состояния организации, которое получило название «клиентоориентированность».

Достижение клиентоориентированности актуально и для сферы туристских услуг, причем комплексность туристского продукта и участие в его производстве нескольких организаций создает в этом вопросе дополнительные трудности. Поскольку клиенто-ориентированность может относиться не только к отдельной услуге, продукту или организации, но и к туристской дестинации, уместно рассматривать вопрос и клиентоориентированности на уровне принимающего региона.

Анализ литературы показывает, что клиентоориентированность можно понимать как одну из концепций управления бизнесом, которая предусматривает ориентацию деятельности фирмы на наиболее полное взаимодействие с целевыми клиентами для достижения целей организации.

Клиентоориентированность – это долгосрочная стратегия, включающая предоставление качественного продукта целевым клиентам на основе сформированных ключевых компетенций персонала и направленная на формирование лояльного потребителя, обеспечивающего получение устойчивой прибыли. Понятие клиентоориентированности применялось в литературе исключительно к уровню организации. Вместе с тем, представляется возможным применение данной концепции к уровню туристской дестинации, поскольку достаточно обоснованным выглядит оперирование такими понятиями как «продукт дестинации» и «клиенты дестинации». В доступной литературе нам не удалось найти употребление термина «клиентоориентированность дестинации». Таким образом, исходя из того, что сформированный дестинацией продукт должен вызвать положительные эмоции и достигать удовлетворенности потребителя, можно говорить о необходимости формирования клиентоориентированности дестинации. В таком случае под дестинацией мы будем понимать территориально отграниченное место, предлагающее туристу необходимый ему продукт, обладающее для этого необходимой инфраструктурой и являющееся целью его поездки.

Клиентоориентированность дестинации (КОД) мы можем определить как способность дестинации наилучшим образом распознавать, информировать и удовлетворять целевые сегменты туристов с целью формирования лояльных к дестинации

потребителей. В клиентоориентированности дестинации можно выделить внешнюю и внутреннюю составляющие. Внешняя клиентоориентированность – это ориентация всего комплекса услуг дестинации на удовлетворенность туристов, внутренняя – взаимоотношения администрации дестинации (субъекта управления) и местных жителей, а также отношения между поставщиками и провайдерами услуг в дестинации, направленные, в конечном счете, на наилучшее туристское обслуживание.

Из формулировки понятия «клиентоориентированность дестинации» вытекают два следствия:

1. Клиентоориентированность дестинации можно измерить.

2. Клиентоориентированность дестинации необходимо формировать.

Измерить клиентоориентированность дестинации можно по следующим показателям:

– экономическим: рост числа туристов, ночевок, дохода предприятий туриндустрии;

– удовлетворенности туристов (при их опросах);

– отзывам туристов в интернете, социальных сетях, прессе.

Клиентоориентированность дестинации имеет целью сформировать лояльного туриста и поддерживать с ним долгосрочные отношения.

Основываясь на указанных предпосылках нами была разработана методология исследования. Она включала измерение клиентоориентированности по трем направлениям:

– оценка КО отдыхающими;

– самооценка КО местными жителями (резидентами);

– оценка КО контактным персоналом, занятым в обслуживании. Основным инструментом исследования являлись специально составленные анкеты. Анкета отдыхающих (туристов) включала несколько разделов: оценка отношений жителей к гостям, оценка информационного обеспечения, оценка удобства перемещения, оценка доступности курортных факторов, ценовая политика курорта и безопасность. Далее выводился суммарный показатель клиентоориентированности, который сопоставлялся с удовлетворенностью и лояльностью туристов. По такому же принципу была составлена анкета опроса резидентов и сервисного персонала.

Летом 2013 г. на курортах Сочи и Анапа было проведено анкетирование туристов на предмет их оценки клиенто-ориентированности указанных курортов. Всего было опрошено 1265 человек: 829 в г. Сочи, 436 в г. Анапа. Предварительно можно отметить, что индекс клиенто-ориентированности составил в среднем по курортам 5,00, по Сочи 4,74, по Анапе 5,50 из максимально возможных 7 баллов (разница между курортами достоверна при p=0,001). Применение методики оценки лояльности по Ф. Райхельду [3] показало, что эти два курорта отличались и по проявлениям лояльности. Распределение основных групп было следующим:

Сочи: промоутеры – 35%, детракторы – 28%, повторность – 7%. Анапа: промоутеры – 45,5%, детракторы – 14,9%, повторность – 30,6%. Показатель лояльности Темкина составил по Сочи 13,13, по Анапе 32,23. Индекс удовлетворенности составил в среднем 66,7, по Сочи – 62,8, по Анапе – 74,1. Корреляция индекса клиентоориентированности и индекса удовлетворенности достоверная средней силы – 0,328.

Можно отметить, что Анапа как туристская дестинация демонстрирует значительно более высокие показатели клиентоориентированности, чем Сочи, причем клиенто-ориентированность дестинации отражается на оценках отдыхающими своей удовлетворенности и лояльности. Эти различия связаны, вероятнее всего, с теми проблемами, которые имели место в Сочи в 2013 г. во время подготовки к Олимпийским Играм Сочи-2014: строительный и бытовой мусор, обширные пробки на дорогах, скопления мигрантов, работающих на строительных объектах, общая неуютная атмосфера, присущая любому региону во время масштабных преобразований.

Структурное моделирование в программном пакете Amos позволило объективизировать связь клиентоориентированности с потребительской оценкой качества, удовлетворенности и лояльности (рис. 1). Видно, что КОД (измеренная по индексу КО) достоверно влияет на суммарный индекс удовлетворенности, лояльность (по намерениям рекомендаций) и оценку качества (интегральный индекс). Из факторов, влияющих на уровень КО, на статистически достоверном уровне выявляется связь с профессиональным статусом и доходом туристов, целью поездки (клиентоориентированностью больше удовлетворены лечебные туристы, меньше всего – бизнес туристы), выбором объектов размещения (менее всего удовлетворены

постояльцы гостиниц), способом бронирования, особенностями продукта дестинации (курорта). Для изучения клиентоориентированности персонала мы провели опрос сотрудников санатория «С-т» в январе 2014 г.

В качестве инструмента была использована специально разработанная анкета, включающая три группы вопросов: социо-демографические и профессиональные данные (пол, возраст, образование, стаж и место работы, и т.д.), вопросы (17 вопросов) на определение уровня мотивации на основе двухфакторной теории Ф. Герцберга (выявление гигиенических и мотивационных факторов) с корректировкой на важность признака, и вопросы на определение уровня клиентоориентированности.

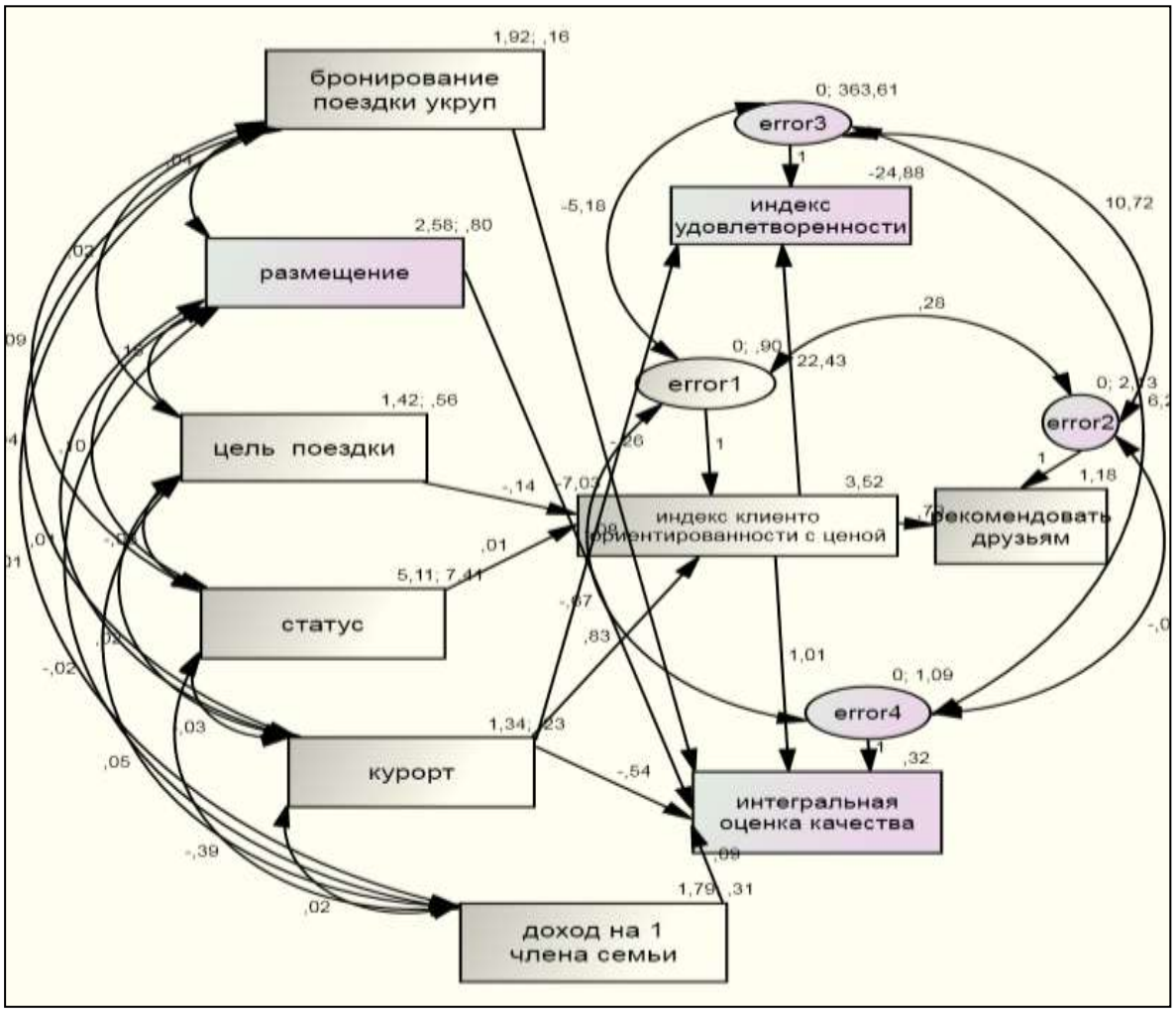

Рис. 1 – Структурная модель связи клиентоориентированности дестинации с потребительской оценкой качества продукта дестинации, удовлетворенности и лояльности

Результаты обрабатывались с использованием статистического пакета SPSS IBM, v. 19. Определялись показатели описательной статистики, для расчета порядковых переменных использовали хи-квадрат, для оценки количественных различий средних – однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA). Различия считались статистически достоверными при $p<0,05$; в некоторых случаях в связи с небольшой выборкой учитывали результаты и при $p<0,10$.

Всего было опрошено 40 сотрудников санатория. Все они относились к контактному персоналу: медицинских работника – 22, сотрудников службы питания – 13, прочий сервисный персонал (работники регистратуры) – 5. Все опрошенные – женщины, более половины которых были старше 45 лет. Было выявлено, что наиболее влияющими факторами для сотрудников санатория были: стабильность и надежность данного места работы – 4,097, достижение хороших отношений с сослуживцами – 4,080, хорошие рабочие условия – 3,831, качественная, интересная, стоящая работа – 3,784. Интересно, что размер заработной платы оказался на предпоследнем месте – только 2,290 балла. В целом мотивационные факторы преобладали над гигиеническими: 4,69 и 4,45 балла соответственно. Хорошо мотивированными оказались сотрудники, для которых было важно повышение квалификации, а также заботящиеся о состоянии своего здоровья. Сотрудники, для которых в жизни наиболее важны семья и забота о детях, были более требовательны к условиям труда (гигиенические факторы).

Для оценки КО было использовано 19 вопросов, направленных на выявление клиентоориентированности стандартов и ценностей компании, клиентоориентированности поведения сотрудников и клиентоориентированности по выявлению отношения самих клиентов к компании как ответной реакции на сервис. При этом определяли *суммарный показатель клиентоориентированности (СПКО)* путем сложения баллов при ответе на вышеуказанные вопросы.

Поскольку вопросы представлялись респондентам в виде семантического дифференциала, перед подсчетом проводили перекодирование ответов по возрастающей пятибалльной шкале в соответствии с более высокой оценкой за более правильный ответ.

Считали, что если СПКО меньше 38, то это очень слабая клиентоориентированность, от 39 до 57 – начальная и свыше 57 –

высокая. Распределение опрошенных сотрудников по уровню клиентоориентированности представлено в табл. 1.

Табл. 1 – Распределение сотрудников по уровню клиенто-ориентированности

Уровень клиентоориентированности	N	Доля, %
Слабая	19	47,5
Начальная	17	42,5
Высокая	4	10,0
Всего	40	100,0

Видно, что только небольшая часть сотрудников (10%) правильно понимает клиентоориентированность, почти половина (47,5%) действует не и в интересах клиента.

Изучение факторов, оказывающих влияние на состояние клиентоориентированности, показало следующее. Получена некоторая тенденция зависимости состояния клиентоориентированности от стажа работы сотрудника: клиентоориентированность несколько выше у лиц со средней продолжительностью трудового стажа – от 5 до 10 лет. Понятно, что аналогичным образом на состояние клиентоориентированности влиял возраст сотрудников: наиболее высокую клиентоориентированность демонстрировали лица среднего возраста.

На формирование клиентоориентированности определенное влияние оказал уровень образования: лица с высшим образованием лучше понимали, что такое клиентоориентированность. Интересно с точки зрения принятия дальнейших управленческих решений было сопоставить уровень клиентоориентированности с состоянием морально-психологического климата в коллективе по оценке самих сотрудников. Оказалось, что наиболее клиентоориентированными были те сотрудники, которые считали, что климат в санатории подавленный. Это говорит о том, что достижение правильной сервисной направленности персонала достигалось в санатории не с помощью систем мотивации, а с использованием административного принуждения. Это предположение в какой-то мере подтверждается и результатами сопоставления СПКО и показателей мотивированности сотрудников. Хотя статистически достоверных различий в силу небольшого размера выборки получить не удалось, выявилась отчетливая тенденция более высоких показателей мотивированности при низких оценках клиентоориентированности. Это означает, что

действующие в санатории подходы к мотивированию персонала не ориентируют его на работу с клиентом, не побуждают его вникать в нужды и запросы потребителя. Поэтому администрации санатория следует пересмотреть свою внутреннюю политику управления персоналом, особенно контактным, и ввести у себя методы, поощряющие взаимодействие с клиентами и направленные на формирование лояльного потребителя.

Список использованных источников

1. *Ветитнев А.М.,* Кветенадзе Е.В. Клиентоориентированность дестинации – основные подходы к определению / Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. Сочи, 2013.
2. *Марасеева А.Ю.* Клиентоориентированная модель обслуживания в банковском сервисе / Проблемы современной экономики. 2010. № 4 (36).
3. *Райхельд Ф.Ф.* Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. М., 2005.

В.В. Горецкий

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: In the last ten years, the development of hotel and tourist business in Russia is growing rapidly. Leaders in the development of hotel business today are not only Moscow and St. Petersburg. High growth in the construction of hotels is observed in the Krasnodar region, in particular, over the entire coastal 100-km strip in Sochi and Gelendzhik.

Keywords: Investment, tourism and recreation complex, Krasnodar region, investment projects.

В течение последних десяти лет развитие гостиничного и туристического бизнеса в России стремительно растет. Лидерами по развитию гостиничного бизнеса сегодня являются не только Москва и Санкт-Петербург. Высокий рост строительства гостиниц и отелей

наблюдается в Краснодарском крае, в частности, на всей прибрежной 100-километровой полосе в Сочи и в Геленджике. Так, общий объем инвестиций в развитие курортов Краснодарского края в 2014 г. составил более 11 млрд. руб. За последние пять лет объем инвестиций в курорты Кубани увеличился в 17 раз. Интерес инвесторов к курортному комплексу Краснодарского края высок. И хотя срок окупаемости гостиниц и ресторанов варьируется от 7 до 15 лет, инвесторы заинтересованы вкладывать средства в перспективную отрасль в перспективном регионе.

Лидерами вложений в строительство санаторно-курортных и развлекательных объектов являются Сочи, Геленджик, Анапа и Туапсинский район. Это объясняется тем, что названные города и территории являются наиболее приближенными к основному рекреационному ресурсу края: Черному и Азовскому морям. Однако и в других районах края стараются активно использовать имеющиеся природно-климатические условия: минеральные воды, лечебные грязи, экологически чистые территории, горный воздух и т.д. Это такие районы, как Отрадненский, Лабинский, Кавказский, Крымский, Тбилисский. Таким образом, в период до 2016 г. планируется реализация более 50 инвестиционных проектов, предусматривающих строительство средств размещения категории 3–5 звезд (в их составе также предусмотрено строительство SPA-комплексов, развлекательных комплексов и пр.)

Основу производительных сил Краснодарского края составляют промышленный, строительный, топливно-энергетический комплексы, область информационных и коммуникационных технологий, а также агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы. Последние три направления деятельности (агропромышленный, транспортный, санаторно-курортный и туристский комплексы) соответствуют приоритетам социально-экономического развития России и определяют особый статус Краснодарского края в экономике страны. Развитие данных направлений существенно влияет на экономику края, занятость населения и уровень благосостояния.

Потенциал санаторно-курортного и туристского комплекса реализуется за счет создания на территории края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. То есть санаторно-курортная отрасль, являясь одной из базовых в экономике Краснодарского края, в значительной степени определяет состояние

краевого бюджета. Поэтому задача управления природными и человеческими ресурсами, денежными потоками, экологическими требованиями и правовыми нормами здесь стоит необычайно высоко.

Стратегической целью является формирование конкурентоспособного круглогодичного туристического предложения и доведение уровня санаторно-курортных и туристических услуг до международных стандартов, обеспечение высоких темпов устойчивого экономического роста санаторно-курортного и туристского комплекса края.

Для достижения этой цели решаются следующие задачи:

– доведение объема туристского потока в 2020 г. до 25 млн туристов в год;

– обеспечение комплексного развития существующих и новых курортных территорий края;

– развитие государственно-частного партнерства в инвестировании строительства новых курортных объектов;

– обеспечение эффективности бюджетных вложений путем контроля за реализацией целевых программ; осуществление государственной поддержки мероприятий целевых программ, направленных на качественные изменения в природопользовании и состоянии окружающей среды, развитие инженерной инфраструктуры;

– увеличение доходов (объема услуг) и налоговых поступлений в бюджет от предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса края и хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги туристам; снижение количества убыточных предприятий, повышение эффективности работы отраслевых предприятий;

– репозиционирование курортов края на более высокодоходный сегмент потребителей;

– развитие краевых курортов, основываясь на опыте курортов мирового класса, привлечение на территорию края менеджмента гостиничных сетей с мировыми брендами;

– повышение безопасности услуг и качества сервиса;

– снижение фактора сезонности путем развития новых видов туризма и дополнительных услуг, создание новых предприятий индустрии развлечений;

– упорядочение и развитие экскурсионных услуг, деятельности кемпингов и частных квартиросдатчиков; выравнивание дисбаланса между доходами организованного и неорганизованного сектора;

– приведение системы подготовки кадров в соответствие с современным уровнем требований;

– создание благоприятного инвестиционного климата, повышение инвестиционной привлекательности курортов, сопровождение и продвижение стратегических инвестиционных проектов;

– совершенствование системы поддержки привлечения инвестиционных средств посредством ценных бумаг и внедрение практики использования финансовых инструментов (фондовый рынок, кредитование);

– оснащение лечебно-оздоровительных и диагностических центров технологическим, медицинским и диагностическим оборудованием новейшего поколения (этот критерий будет играть важную роль в повышении уровня конкурентоспособности и имиджа курортов);

– решение проблемы пляжей: максимально уменьшить, а впоследствии ликвидировать размыв пляжных территорий путем проведения необходимых берегоукрепительных мероприятий, создать и оборудовать новые пляжи на незанятых участках побережья, а также избавиться от нецелевых пляжных сооружений (гаражи, лодочные кооперативы и пр.);

– избавление от неэффективного землепользования, недостроенных объектов (долгостроев) с целью вовлечения в хозяйственный оборот дополнительных земельных ресурсов;

– использование возможностей санаторно-курортного лечения для долечивания и реабилитации пациентов лечебно-профилактических учреждений для преодоления проблемы сезонности в комплексе;

– создание и развитие инфраструктуры для въездного иностранного туризма как стратегической для страны в целом отрасли, дающей сравнительно быстрый эффект для приращения ВРП.

Таким образом, на территории Краснодарского края сложился мощный рекреационный комплекс и есть огромный потенциал для его дальнейшего развития. Проводятся работы по корректировке округов санитарной (горно-санитарной) охраны курортов с особым

режимом хозяйствования, проживания и природопользования, обеспечивающих защиту и сохранение природных лечебных ресурсов края.

Список использованных источников

1. *Гуляев В.Г.* Туризм: экономика и социальное развитие. М., 2008.

2. Статистика туризма. URL: http://www.finstat.ru/soboleva-st.htm.

3. Федеральная служба Государственной Статистики. URL: http://www.gks.ru.

Е.В. Золотова

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТУРИЗМА В ЕГИПТЕ

Медицинский центр Баха Давидар,
г. Шарм-эль-Шейх

Summary: In this article looking for economic impact of tourism in ARE Travel & Tourism is an important economic activity in most countries around the world. We looking of direct contribution of tourism to GDP Egypt. Direct contribution to employment – the number of direct jobs within the Travel & Tourism industry.

Keywords: economic impact of tourism, economic activity, the economic contribution of Travel & Tourism complex, direct contribution to GDP, total contribution to GDP, visitor exports, foreign visitor arrivals.

После вступления России в ВТО СКФО пытается реализовать свой туристический потенциал и включиться в международную систему путешествия и туризма. Для этого, прежде всего, следует обратиться к опыту стран, где туризм является ведущей отраслью экономики. С этой целью мы предлагаем проанализировать экономическую эффективность воздействия туризма в Египте. Путешествия и туризм являются важным видом экономической деятельности большинства стран во всем мире. Статистика ООН показывает, что спрос на международные туристские путешествия за

последнее десятилетие вырос в среднем на 4,6% достигнув 983 млн прибытий в 2013 г. Туристическая отрасль является одной из ведущих отраслей экономики Египта. Результаты исследования показывают, что воздействие иностранных туристов, на экономику Египта составило 2,3% ВВП в 2013 г. Но реальные расчеты доказывают, что эта цифра гораздо выше и составляет 5,6% ВВП в 2013 г.

Чтобы понять какой вклад туризма и путешествий в экономику стран мира приводится таблица 1. Прямой вклад путешествий и туризма в ВВП отражает те или иные «внутренние» расходы резидентами и нерезидентами, а так же расходы со стороны правительства на досуг, культуру и проезд туристов. К ним можно отнести расходы на содержание музеев и национальных парков, на строительство дорог и т.д.

Табл. 1 – Вклад туризма в ВВП стран мира

Страна-экспортер	*2013 г. билл. долл. США*
Италия	81,9
Турция	37,4
Греция	14,2
Египет	14,1
Саудовская Аравия	12,7
Марокко	9,0
Израиль	6,2
Тунис	3,4
Ливан	3,2
Судан и Южный Судан	1,1

Поэтому прямой вклад доходов от туризма складывается из совокупного баланса расходов на туризм и доходов из таких секторов экономики как гостиницы, авиакомпании, аэропорты, экскурсионные агентства и туристические фирмы, которые непосредственно работают с туристами.

Так же прямой вклад экономики в туризм расчитывается из «общей сетки покупок» в различных секторах туризма. Этот расчет был принят в 2008 г. и рекомендован Tourism Satellite Account. Общий вклад путешествий и туризма включает в себя более широкий круг вопросов – косвенное и индуцированное воздействие на экономику. Косвенное воздействие включает в себя создание новых рабочих мест благодаря туризму и путешествиям, привлечение

инвестиций для покупки и строительства новых гостиниц и приобретения самолетов. Так же это внутренние закупки товаров для секторов экономики, которые непосредственно занимаются обслуживанием туристов. В том числе закупки продуктов, товаров для уборки гостиницы, закупки топлива для авиакомпаний, IT услуги.

Индуцированное воздействие на ВВП это создание новых рабочих мест, которые прямо или косвенно заняты обслуживанием туристов. Например, открытие сувенирных магазинов, частных музеев, ресторанов и т.д. Прямой доход от туризма и путешествий в Египте в 2013 г. составил 96,8 билл. египетских фунтов, что составило 5,6% от ВВП. По прогнозам этот показатель может возрасти в дальнейшем на 1,9% до 98,7 билл. египетских фунтов. Этот показатель отражает в первую очередь деятельность таких отраслей как гостиницы, туристические агенства, авиакомпании, услуги наземного пассажирского транспорта. Помимо этого, благодаря туристкой отрасли будет создано 1 251 тыс. рабочих мест в 2013 г., что составило 5,1% от общего числа занятых и эта цифра обещает вырасти на 2,4% в дальнейшем, табл. 2.

Табл. 2 – Создание рабочих мест в сфере туризма и путешествий

Туризм и путешествия, инвестиции в создание рабочих мест	2013 г., рабочих мест
Египет	1251,2
Италия	1105,9
Марокко	814,0
Турция	587,7
Греция	319,5
Тунис	227,9
Саудовская Аравия	168,6
Тунис	0,8
Судан и Южный Судан	0,3

Если учитывать косвенную и индуцированную занятость населения в индустрии туризма, а так же положительные последствия от инвестиций, то в 2013 г. в отрасли было создано 3 673 000 рабочих мест, что составляет 11,5% от общего числа занятых и этот показатель может возрасти на 2,4% за весь период. Для сравнения приводится воздействие от инвестиций в туристическую отрасль нескольких стран мира, табл. 3.

Табл. 3 – Инвестиции в туристическую отрасль стран мира

Туризм и путешествия капитальные инвестиции	2013 г. билл долл. США
Турция	19,6
Италия	13,0
Саудовская Аравия	6,7
Египет	4,5
Марокко	3,7
Греция	3,6
Израиль	2,5
Ливан	1,3
Тунис	0,8
Судан и Южный Судан	0,3

Благодаря туристскому экспорту Египет привлечет в свою страну 46,0 билл посетителей, а в дальнейшем ожидается, что это число вырастет на 3,6%. По некоторым прогнозам к 2024 г. число международных туристских прибытий, по прогнозам, составит 11 258 тыс. туристов. Ожидаемые расходы этих туристов в стране 77,2 билл египетских фунтов.

Эскурсионые поездки (въездные и внутренние) и организация досуга туристов принесли Египту 69,7% ВВП в 2013 г., что составляет 96,8 билл египетских фунтов, для сравнения с деловыми поездками и расходами бизнес-туристов, которые составили 30,3% ВВП или 42,0 билл египетских фунтов.

Расходы на Деловые поездки, как ожидается, вырастут на 2,0% в 2014 г. до 42,0 билл египетских фунтов. И ожидается, что расходы туристов на деловые поездки вырастут на 4,8% до 68,2 билл египетских фунтов к 2024 г.

Экономический анализ влияния оценки вклада туризма показывает, что самым важным вкладом является прямое и косвенное воздействие на экономическую деятельность страны и привлечение в страну крупных инвестиций.

Список использованных источников

1. *Douglas C.* Assessing the Economic Impacts of Travel and Tourism – Introduction to Travel Economic Impact Estimation, in Travel, Tourism and Hospitality Research, second edition. New York, 1994.

2. *Fawzy S., Galal A.* Egypt: The Tourism Cluster, Building Regional Competitive Advantage in the Middle East, Study prepared for the Egyptian Ministry of Economy. Cairo, 2013.

4. The Authority on World Travel&Tourism economic impact 2014. URL: http://Egypt. www.wttc.org.

3. The Tourism Satellite Account: Foundations, Progress and Issues, Tourism Management. Cairo, 1999. №20.

Э.Э. Ибрагимов

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ ТУРА С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Крымский университет культуры, искусств и туризма

Summary: The problem of introducing new technology development round, as well as program production and implementation of a new tourist product. As a result of implementing these measures is expected to increase the economic efficiency of tourism enterprises.

Keywords: technology, development round, economic efficiency, tourism enterprise programme, tourism product.

Туризм в настоящее время является одной из наиболее мощных, динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики, выступает в числе важнейших факторов социально-культурного развития, способствующих повышению уровня и качества жизни населения. Развитие туризма, проявляющееся в его многоотраслевом характере и тесной факторной связи практически со всеми сферами жизнедеятельности, позволяет использовать его в качестве действенного инструмента стимулирования социально-экономического роста на национальном и региональном уровнях [1].

Однако необходимо отметить, что проблема повышения экономической эффективности предприятий туриндустрии остается достаточно актуальной. Назрела необходимость разработки и применения качественно новых подходов к решению данной проблемы. На наш взгляд взаимосвязь между механизмом разработки

тура и экономической эффективностью является явной, но не достаточно изученной. Эффективность предприятия туристической сферы определяют как отношение результатов его деятельности до расходов, направленных на их качественное достижение (использование). Эффективность – это характеристика процессов и воздействий, в основном, управленческого характера, которая отражает степень достижения поставленных целей [2].

Конечным результатом производственно-хозяйственной деятельности предприятия является изготовление туристического продукта или предоставленные услуги, то есть вновь созданная стоимость, а финансовым результатом коммерческой деятельности – полученный доход. При разработке туристского продукта следует соблюдать главный принцип – его максимальная эффективность.

Предлагается следующая технология разработки тура.

1. Маркетинговые исследования (выявление потенциальных возможностей и формирование тура):

а) ПЭСТ анализ (политические, экономические, социальные, технологические силы);

б) ПНВУ (преимущества, недостатки, возможности, угрозы);

в) сегментация рынка (мотивация, цели) – «название тура».

2. География маршрута (перспективное планирование тура): выявление ресурсно-технического обеспечения тура (основные и дополнительные объекты показа, транспорт, питание, размещение); тип маршрута (линейный, радиальный, кольцевой).

3. Договорный этап (заключение договоров с партнерами). На этом этапе происходит определение партнёра или поставщика услуг. Договор с гостиничным предприятием должен содержать: стоимость номеров, их бронирование, скидки, условия размещения, график заездов, материальная ответственность.

Договор с предприятием питания должен включать: количество одновременно обслуживающих туристов, регулярность и величина питания, примерные цены, материальная ответственность.

4. Информационно-методическое обеспечение тура: составление карточки транспортного маршрута, описание маршрута (вербальное описание, условия приема и обслуживания), график движения по маршруту (расписание), документ «Условия приема и обслуживания туристов».

Табл. 4 – Программа производства и реализации нового турпродукта

Вид деятельности	Год	Срок	Вид работы
Комплексное исследование рынка – планирование	Первый год	2 мес.	Изучение турпродукта, рынка как такового, потребителей, конкурентов
		3-4 мес.	Сравнительный анализ предполагаемых мест приема туристов
Планирование – переговоры	Второй год	2-3 мес.	Принятие решения о месте назначения, отелях, их вместимости, продолжительности тура, начале сезона, дате отправки
		1-2 мес.	Переговоры с авиалиниями о чартерных полетах. Переговоры с отелями, транспортными компаниями, организациями, предоставляющими экскурсионное обслуживание и т.д.
Работа по оформлению отношений с организациями поставщиками услуг, подготовка рекламной продукции		1 мес.	Оформление контрактов с отелями, авиакомпаниями, транспортными компаниями, организациями, предоставляющими экскурсионное обслуживание и т.д.
		5-6 мес.	Оценка продажной цены тура и расчет окончательной цены тура
Продвижение и реализация	Третий год	2-3 мес.	Распространение рекламной продукции
		2-3 мес.	Начальное продвижение продаж. Реклама в СМИ
		1-2 мес.	Агрессивная рекламная деятельность. Первая отправка туристов по новому туру

Программа туристско-экскурсионного, культурно-досугового обслуживания: 1) дни обслуживания, перечень тем экскурсий и мероприятий, продолжительность экскурсий в астрономических часах, стоимость экскурсий); 2) карта-схема маршрута, справочные материалы по маршруту; 3) заявка бронирования тура (дата, № заказа, ответственное лицо, название тура, информация о туристах

русский и латинский вариант, № заграничного и российского паспорта, транспорт, время, рейс, класс, возможные изменения, страна, город, дата прибытия и убытия, гостиница, название, класс, тип номеров, питание, экскурсии); 4) информационный листок, в котором содержится следующая информация: маршрут – экскурсия, тип маршрута, транспорт, размещение, продолжительность, краткое описание; пакет услуг, дополнительная информация; 5) расчет стоимости путевок и выпуск к реализации (калькуляция); 6) Продвижение тура на рынок (инструменты продвижения), реклама (каталоги, брошюры, наружная реклама, реклама в СМИ, в пункте продажи), а также стимулирование продаж (различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки); 7) реализация тура.

Также необходимо внедрение программы производства и реализации нового турпродукта (табл. 4), по которой необходимо разрабатывать и реализовывать основные туристические продукты компании.

Список использованных источников

1. *Айгистов О.* Введение в бизнес туроперейтинга. М., 2000.
2. *Алексеева М.М.* Планирование деятельности фирмы. М., 1997.

Е.В. Илясова

МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

Кубанский государственный университет

Summary: The purpose of this paper is to analyze and present how a Place Marketing procedure could become an effective tool for Local Economic Development. Analyze of problems in Strategic planning in Russia should review part of them is waste. One of the reason is absence Place Marketing in Strategic planning. The article presents theoretical explain how Place Marketing can be including of Strategic planning.

Keywords: place marketing, strategic planning, tourist territory.

В условиях перехода российской экономики к постиндустриальному обществу особое значение принимает маркетинговая деятельность. Территориальный маркетинг становится важным фактором успешного территориального развития. Первыми к необходимости использования маркетинга в территориальном развитии приходят именно туристские территории. Данные территории наиболее быстро реагируют на потребности и интересы своих клиентов – туристов. К сожалению, применение инструментов маркетинга в территориальном развитии пока носит фрагментарный характер. Часто можно наблюдать активное использование инструментов продвижения: реклама, PR, мероприятия и т.д. При этом серьезные маркетинговые исследования пока не встречаются.

Стратегии развития муниципальных образований слабо учитывают рыночную ситуацию и возможности туристской территории для маркетингового развития. Это существенно снижает реалистичность и реализуемость стратегий развития курортов.

Стратегическое и маркетинговое планирование развития туристской территории следует рассматривать в качестве взаимосвязанных процессов, которые обеспечивают и поддерживают друг друга.

Маркетинговое планирование как система стратегического управления территории включает в себя целый ряд этапов и форм управленческой и исследовательской деятельности, находящихся в строгом соподчинении. Два основных аспекта маркетинговой деятельности – это маркетинговые исследования, а также выбор и реализация стратегии маркетинга. Указанные два аспекта выступают, с одной стороны, как этапы маркетинга, но с другой – это два вида деятельности в процессе планирования, которые не только следуют друг за другом, но и осуществляются одновременно: территория претворяет в жизнь стратегию, принятую на основе предшествующих исследований, и одновременно продолжает проводить исследования с целью поиска новых стратегических решений или расширения сферы действия уже имеющихся стратегических альтернатив.

Под маркетинговым планированием развития туристской территории можно понимать процесс исследования и анализа рынка и конкретной ситуации; последующий процесс выработки целей, стратегии и планов маркетинга территории, которые соответствуют ресурсам, возможностям, миссии и целям данной туристской территории, сопровождающийся практической реализацией, оценкой

и внесением поправок, необходимых для достижения поставленных целей. Этот систематический процесс позволяет туристским территориям выявлять и оценивать практически любые маркетинговые возможности, которые могут служить не только путями к достижению целей территории, но и быть потенциальными угрозами, способными блокировать эти пути. На практике маркетинговая среда территорий бывает столь изменчивой, что одни возможности открываются практически мгновенно, в то время как другие могут скрыться из поля зрения исследователя или даже оказаться полностью заблокированными. Таким образом, к планированию маркетинга следует относиться как к адаптируемому, настраиваемому текущему процессу, а не как к фиксированному во времени событию, цель которого – подготовка письменного отчета.

Маркетинговый план, или план маркетинга, – документ, в котором подытоживается то, что, удалось узнать о соответствующем рынке, и указывается, как именно организация собирается достичь своих маркетинговых целей. План маркетинга не только документально фиксирует маркетинговые стратегии и отображает действия, которые должны выполнить местные власти, чтобы достичь своих маркетинговых целей, но и демонстрирует способы, с помощью которых можно измерять степень продвижения к поставленным целям, и позволяет вносить поправки, если фактически достигнутые результаты уводят с намеченного курса.

Можно сказать, что маркетинговое планирование помогает развиваться туристским территориям в рыночной среде, что не всегда может обеспечить стратегическое планирование, так как стратегический план дает нам направления, а маркетинговый отвечает за реализацию этих направлений в рыночных условиях. Другими словами, маркетинговый план обеспечивает стратегическое планирование. Маркетинг играет ключевую роль в нескольких областях стратегического планирования развития территории.

Во-первых, обеспечивает руководящие методологические принципы – маркетинговую концепцию, которая предполагает ориентацию стратегии муниципального образования на нужды важнейших групп потребителей территории.

Во-вторых, маркетинг предоставляет исходные данные для разработчиков стратегического плана, помогая выявить привлекательные возможности рынка и, позволяя оценить потенциал территории.

Табл. 1 – Сопоставление стратегического и маркетингового планов

Стратегический план	Маркетинговый план
Долгосрочный план, описывающий основные факторы и силы, которые будут влиять на территорию на протяжении последующих несколько лет.	*Краткосрочный* план, описывающий текущую ситуацию, цели, стратегию на предстоящий год, программу действий, бюджет и формы контроля.
Фундамент для иных видов планирования, в том числе для маркетингового плана Устанавливает главные цели, которые будут достигаться с помощью МП	Облегчает стратегическое планирование. Предоставляет необходимую для стратегического плана информацию. Содержит стратегию выполнения задач
Планирование развития всей территории (не детализируется)	Более локальное планирование
Поверхностный анализ рыночной среды	Осуществляется системный анализ рыночной среды с помощью инструментов маркетинга (PEST + экология, 4 P, силы Портер, матрицы)
Не определяется целевая аудитория, для которой будет осуществляться развитие	Рассматриваются и подробно описываются целевые аудитории
В общем описывается рынок и конкуренты	Детально анализируются конкуренты, проводится сравнительный анализ их слабых и сильных сторон
	Решения принимаются по отдельным элементам комплекса маркетинга: продукт, цена, место, продвижение
Денежные ресурсы рассматриваются косвенно	Детально разрабатывается бюджет
Результаты планируются по годам	Календарный план
Принимается на более высоком уровне	Разрабатывается в подразделениях маркетинга
Описываются культурные ценности местного сообщества	Делается упор на экономические показатели

В-третьих, в рамках каждого отдельного уровня управления муниципальным образованием маркетинг помогает разрабатывать стратегию выполнения задач.

Цель разработки маркетингового плана туристской территории состоит в выработке краткосрочного, сугубо операционного подхода к тому, как именно данная территория будет реализовывать свои

стратегии и продвигаться в направлении достижения общих целей развития.

Список использованных источников

1. *Филиппов Ю.В., Авдеева Т.Т.* Основы развития местного хозяйства. М., 2011.

2. *Вуд М.* Маркетинговый план: практическое руководство по разработке. М., 2007.

И.Ф. Карташевская

ЭКСКУРСИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

Summary: On the basis of ranking of density sightseeing locations and tourist flows Republic of Crimea, Sevastopol identified promising areas for the formation of the tourist centers.

Keywords: cultural resources for tourism zoning in the Republic of Crimea.

Результаты исследования плотности размещения экскурсионных объектов, типа экскурсионных ресурсов, степени их компактности, суммарного времени осмотра экскурсионных ресурсов (памятников истории и культуры, архитектуры, природы и музеев) позволили выделить пять районов с различным экскурсионно-ресурсным потенциалом [1].

Первый тип (Ялтинский, Севастопольский районы) характеризуется средней плотностью размещения экскурсионных объектов (от 10 до 15 ед. на 1000 м^2), преобладанием архитектурных экскурсионных ресурсов, высокой степенью локализации, максимальным суммарным временем осмотра памятников истории и культуры (от 20 до 50 тыс. чел./год), максимальным временем осмотра архитектурных объектов (более 50 тыс. чел./год), максимальным временем осмотра памятников природы (от 20 до 50

тыс. чел./год) и максимальным временам осмотра музеев (от 20 до 50 тыс. чел./год).

Второй тип (Бахчисарайский, Алуштинский, Судакский, Феодосийский, Симферопольский, Белогорский, Черноморский районы) имеет среднюю плотность размещения экскурсионных объектов (от 15 до 10 ед. на 1000 м^2), среднюю степень компактности, преобладание музеев, высокое суммарное время осмотра памятников истории и культуры (от 5 до 20 тыс. чел./год), высокое суммарное время осмотра экскурсионных объектов архитектуры (от 1 до 5 тыс. чел./год), высокое суммарное время осмотра природных объектов (от 5 до 20 тыс. чел./год), высокое суммарное время осмотра музеев (от 5 до 20 тыс. чел./год).

Третий тип (Красноперекопский, Сакский районы, Евпатория, Керчь): высокая плотность размещения экскурсионных объектов (от 10 до 15 ед. на 1000 м^2), высокая степень компактности, преобладание музеев, практически полное отсутствие природных экскурсионных ресурсов, высокое суммарное время осмотра памятников истории и культуры (от 5 до 20 тыс. чел./год), высокое суммарное время осмотра архитектурных объектов (от 20 до 50 тыс. чел./год), минимальное суммарное время осмотра памятников природы (от 1 до 5 тыс. чел./год), высокое суммарное время осмотра музеев (от 5 до 20 тыс. чел./год).

Четвертый тип (Кировский, Ленинский районы): максимальная плотность экскурсионных объектов (более 15 ед. на 1000 м^2), преобладание памятников истории и культуры, низкая степень компактности, низкое суммарное время осмотра памятников истории и культуры (менее 5 тыс. чел./год), низкое суммарное время осмотра памятников архитектуры (от 1 до 5 тыс. чел./год), низкое суммарное время осмотра памятников природы (от 1 до 5 тыс. чел./год), высокое время осмотра музеев (от 5 до 20 тыс. чел./год).

Пятый тип (Раздольненский, Первомайский, Красногвардейский, Джанкойский, Советский районы): низкая плотность объектов (менее 10 на 1000 м^2), низкая степень компактности экскурсионных объектов, преобладание музеев, низкое суммарное время осмотра памятников истории и культуры (менее 5 тыс. чел./год), низкое суммарное время осмотра архитектурных экскурсионных объектов (от 1 до 5 тыс. чел./год), низкое суммарное время осмотра музеев (от 1 до 5 тыс. чел./год).

Данная типизация регионов по плотности имеющихся экскурсионных ресурсов позволяет сделать соответствующие организационные выводы о туристско-экскурсионном потенциале. Создавая новые антропогенные ресурсы, необходимо перераспределить туристские потоки, направить их туда, где имеется ресурсный потенциал.

Статистические данные Министерства курортов и туризма Республики Крым подтверждают, что интенсивность туристских потоков на полуострове неравномерна [2]. Из данных табл. 1 следует, что максимальные потоки туристов приходятся на Ялту, Алушту, Евпаторию. Среднюю нагрузку испытывают Феодосия, Судак, Саки, Бахчисарай, Симферополь и Симферопольский район.

Что касается Черноморского, Раздольненского, Ленинского районов, их смело можно отнести к территориям перспективного освоения и использования в туристских, рекреационных целях.

Табл. 1 – Численность обслуженных туристов и экскурсантов в 2013 г. *(по юридическим лицам; кол-во чел.)*

	Число обслуженных туристов	Число обслуженных экскурсантов
Республика Крым	*176758*	*35509*
Города:		
Симферополь	94246	4003
Алушта	6840	19
Евпатория	34569	5129
Керчь	1272	–
Красноперекопск	…	–
Саки	601	–
Судак	1693	25284
Феодосия	6116	834
Ялта	25681	240
Районы:		
Бахчисарайский	…	–
Белогорский	…	–

Особо следует сказать о депрессивных с экономической точки зрения городах Бахчисарае, Белогорске и Джанкое. Эти территории обладают ресурсами и потенциалом, необходимым для формирования

туристских центров. Исследования позволяют предложить новый подход понимания экономической сущности туристских ресурсов в зависимости от происхождения и целевого назначения, а также новый подход к классификации антропогенных (созданных человеком) туристских ресурсов:

– антропогенные природные ресурсы – памятники садово-паркового искусства, оборудованные пещеры, рекреационные тропы, ботанические сады, водохранилища;

– исторические – курганы, пещерные города, археологические раскопки городов, сохранившиеся исторические центры городов;

– военно-исторические – места боевых сражений, фортификационные сооружения, боевые машины, обелиски, братские кладбища;

– архитектурные – здания, построенные по проектам известных архитекторов, мосты, культовые сооружения, стадионы;

– производственные предприятия – винодельческие заводы, ткацкие фабрики, магазины, шахты, соляные копи, гидроэлектростанции, атомные станции, метрополитены, рестораны;

– объекты современного научно-технического прогресса – «Диснейленд», аквапарки, океанариумы, интерактивные музеи, парки отдыха и развлечений, аттракционы типа «Человек-паук», «Острова приключений» [3]. Главной особенностью туристских ресурсов является то, что к их числу могут относиться многочисленные объекты, которые не используются в других отраслях народного хозяйства. Например, в пригороде Симферополя заброшенные здания коровников предприниматели приспособили под ослиную и страусиную фермы.

Туризм является основным источником доходов для трети развивающихся стран. Туристы привозят с собой деньги и тратят их в местах отдыха, в результате чего генерирующие страны (откуда приехали туристы) терпят убытки, а принимающие – получают доходы. Передвижение туристских потоков между генерирующими и принимающими зонами отражается на четырех основных сферах: поступлениях, занятости, платежном балансе, а также инвестициях и развитии.

Список использованных источников

1. *Карташевская И.Ф.* Формирование эффективной системы управления в туризме на основе кластерного моделирования. Симферополь, 2012.
2. Туристская деятельность в Республике Крым в 2013 г.: стат. сб. Симферополь, 2014.
3. *Карташевска И.Ф.* Роль антропогенных ресурсов в управлении туристскими потоками / Ученые записки Таврического нац. ун-та. им. В.И. Вернадского, 2011. Т.24(63). №3.

З.Р. Кудаева

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ И СТРАТЕГИИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Г. ГОРЯЧИЙ КЛЮЧ)

Кубанский государственный университет

Summary: the importance of a problem of regional marketing policy at the municipal level of management increases in modern social and economic and political conditions. It provides stable development of municipality, finding of competitive advantages of the territory, strengthens a social orientation of activity of bodies of municipal management. Work is written on the example of municipality of the resort town the Goreachii Kluch.

Keywords: resort territory, strategy, marketing policy, competitiveness, positioning strategy.

Насущная потребность в новых, рыночных инструментах муниципального управления, одним из которых является региональный маркетинг, важность разработки и принятия научно обоснованной стратегии развития на уровне муниципальных образований определили актуальность темы данного исследования.

Значимость научной проработки проблем региональной маркетинговой политики на муниципальном уровне управления непосредственно обусловлена необходимостью активных действий муниципальных властей города-курорта Горячий ключ для

обеспечения стабильного развития муниципального образования, инерционностью механизмов территориального управления, возрастающей потребностью в осознании и реализации конкурентных преимуществ территории, усиливающейся социальной направленностью деятельности органов муниципального управления.

Основная рабочая гипотеза данного исследования – предположение о том, что маркетинговая политика лежит в основе стратегии, направленной на повышение эффективного муниципального управления курортной территорией, перестройку всей системы органов местного самоуправления, придав их решениям гибкости в реагировании на изменения окружающей среды с учетом потребностей целевых аудиторий курорта.

Составим комплекс маркетинга города Горячий Ключ как курортной территории.

1. Территориальный продукт города Горячий Ключ. Выделим наиболее значимые его характеристики.

Ресурсы данной курортной территории:

– удобное географическое положение города, близость от главного международного аэропорта Краснодарского края и наличие собственной железнодорожной станции, через которую проходят основные грузопотоки и пассажирские поезда в Адлер, Москву и Санкт-Петербург, по праву определяют статус города, как главных ворот курортной зоны Краснодарского края;

– уникальный природно-ландшафтный комплекс – предгорная часть края и 71% территории города покрыт лесом. Наличие Горячеключевского государственного заповедника;

– уникальный химический состав минеральной воды. Это территория, где сочетаются лечебные факторы ессентукских питьевых минеральных вод и сероводородных ванн типа Сочи – Мацеста;

– наличие крупнейших многопрофильных здравниц;

– природа Кавказских гор дает возможности для экскурсий, путешествий и туристских походов, привлекает огромное число экотуристов и Горячий Ключ – это любимое место отдыха «туристов с рюкзаками»;

– на курорте зарегистрировано около 200 памятников истории, архитектуры и культуры;

– развита отрасль разлива минеральной воды. В Краснодарском крае 80% выпускаемой и продаваемой минеральной воды – горячеключевского розлива;

– ежегодно отдыхает свыше 70 тыс чел. Здесь имеются шесть круглогодичных санаториев, принимающих на оздоровление взрослых и детей, более 10 гостиниц, курортный парк, водолечебница, питьевая галерея. Для любителей активного отдыха за городом расположено три туристские базы. Одновременно на курорте может разместиться до 2 тыс. чел.

Территориальный продукт города Горячий Ключ имеет определенную «товарную марку», которая формируется официальными символами: герб, флаг и гимн города.

2. Цена территориального продукта города Горячий Ключ. Можно выделить ряд параметров, влияющих в целом на цены продукта [2, 5]:

– повышенные требования к качеству сервиса, обслуживание потребителей на самом высоком уровне, современному дизайну объектов торговли и сферы услуг, предъявляются местным предпринимателем, что связано с возрастающей популярностью курорта Горячий Ключ;

– действуют 429 магазинов и торговых павильонов, 59 объектов общественного питания, три рынка, девять мини-пекарен, 223 хозяйствующих субъектов, которые предоставляют 36 видов бытовых услуг;

– ежегодно в Горячем Ключе появляются новые торговые павильоны и ресторанно-гостиничные комплексы, отвечающие самым высоким потребительским требованиям;

– по итоговому рейтингу оценки социально-экономического развития городских округов и муниципальных районов края за 2013 г. город занимает пятое место;

– по результатам работы предприятий курортно-туристского комплекса – 8 место;

– в 2013 г. на курорте отдохнуло около 78 тыс чел. (рост 18% к 2012 году), в том числе в санаториях города отдохнуло более 17 тыс. чел.;

– средняя заполняемость санаторием по сравнению с прошлым годом увеличилась на 2% и составила 78%;

– объем дохода санаториев за 2013 г. составил 331 млн. руб. (рост 9% к 2012 г.);

– средняя стоимость одного койко-места составляет в 2013 г. 1703 руб. (рост 11% к 2012 г.).

При определении цены продукта необходимо еще учитывать и то, что турист несет дополнительные затраты, которые как правило выше затрат местного жителя. А также это затраты времени. Благо, что хорошая транспортная доступность курорта позволяет сократить расход по данной статье.

3. Место территориального продукта города Горячий Ключ. В целом можно отметить выгодное месторасположение города Горячий Ключ для развития курортно-туристской отрасли. Данный фактор является значимым критерием конкурентоспособности города. Уровень освоенности территории достаточно высок. Это дает возможность заявить на перспективу к 2020 г. создание на территории муниципального образования город Горячий Ключ конкурентоспособного санаторно-курортного и туристического комплекса, способного принимать в круглогодичном режиме не менее 150 тыс. туристов в год [5], предоставляя условия для максимально разностороннего активного отдыха с лечебно-оздоровительными возможностями.

4. Продвижение территориального продукта города Горячий Ключ. Приходится констатировать, что политика продвижения курорта слабо разработана. Речь может идти об отдельных рекламных акциях местного масштаба. Информирование проводится в минимальном объеме и носит формально-статистический характер, не учитывает реальные потребности частных лиц – потенциальных пользователей этой информации. В стратегии инвестиционного развития муниципального образования город Горячий Ключ до 2020 г. была поставлена задача информационного маркетинга города.

Таким образом, была представлена примерная оценка средств территориального маркетинга города Горячий Ключ. Понимание сильных и слабых сторон территориального продукта курорта, анализ цены территориального продукта и его местоположения создает информационную базу для выработки критериев дифференциации территории, что с учетом сегментации рынка и правильного позиционирования города позволяет определить стратегию развития и выработать конкурентную стратегию города Горячий Ключ.

Список использованных источников

1. *Блинов А.* Территориальный маркетинг и управление развитием муниципального образования // Маркетинг. 2002. №4.
2. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края: стат. сб. 2009–2013 гг. Краснодар, 2014.
3. Маркетинг санаторно-курортных услуг / Под ред. А.М. Ветитнева. М., 2001.
4. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок. Краснодар, 2014.
5. Официальный сайт муниципального образования города Горячий Ключ. URL: http://www.gorkluch.ru.

З.Р. Кудаева, М.Л. Некрасова

ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ЗАВОЕВАНИЯ И РАСШИРЕНИЯ РЫНКА

Кубанский государственный университет

Summary: Each resort territory can define priority of these or those segments for it, as will create a cumulative image of the territory for the consumer of a territorial tourist product and to set specialization of development of the resort territory today and its shape tomorrow.

Keywords: resort territory, strategy, marketing policy, competitiveness, positioning strategy, differentiation of capacity of the resort territory.

Территориальный маркетинг, позволяет в систематизированном виде на основе маркетинговых инструментов и стратегий разрабатывать и применять комплекс мероприятий, направленных на более эффективное и выгодное для курортной территории использование имеющихся ресурсов с целью повышения конкурентоспособности на основе удовлетворения спроса целевых групп потребителей.

Технологии маркетинга курортной территории включают:

– географическое название территории;

– официальные и неофициальные символы территории;

– позиционирование территории для потенциального потребителя ее ресурсов;

– дифференциацию потенциала территории.

Осведомленность о территории часто бывает связана с географическим обозначением региона, что формирует определенные штампы и имеет положительную, нейтральную, или негативную эмоциональную оценку.

В результате каждая территория, в той или иной степени известная, может быть описана, через ассоциативную сеть, например:

– Крайний север – холодно, снег, метель, темно, далеко, невзрачный пейзаж, тундра, олени, мужество, терпение, вечная мерзлота;

– Дальний восток – Тихий океан, мало освоен, море, рыба, крабы, Китай, Япония, далеко;

– Сибирь – тайга, полезные ископаемые, наука, труд, освоение, романтика, мужество, экологически чисто, крупные реки;

– Черное море – отдых, жара, солнце, море, дорого, красиво, фрукты, грязно, шумно, статус, развлечение [4].

Существует значительное количество населенных пунктов, официальные названия которых содержат значительную эмоциональную окраску и вызывают определенный ассоциативный ряд. Рассмотрим примеры названий населенных пунктов, вызывающих негативные эмоции. Например, населенные пункты Дураково, Тупицыно, Криворылово, Задово, Козлово, Рябово, Лаптево являют собой образец «дразнильной» топонимики. С другой стороны, можно выделить примеры названий населенных пунктов, которые вызывают позитивные эмоции. Например, названия места: Красивое, Красавино, Чистово, Привольное, Безопасное, Светлый, Просвет, Удобная, Ягодная, Рыбное, Белая Береза, Соловьево, Лебяжье. Названия населенных пунктов могут содержать упоминание о «первых» лицах государства и тем самым также нести положительный заряд: Царевичи, Царицыно, Княжевы Горы, Княжево, Князево. В названиях населенных пунктов могут упоминаться виды деятельности, связанные с производством и изобилием продуктов питания, например: Маслово, Молочнино, Сметанино, Сырнево, Садовое, Фруктовая, Вишневое, Яблоня, Сладково, Кормиловка, Изобильный. Позитивные эмоции также вызывают названия, содержащие в себе упоминание о благе в

значении благополучия, например: Благоево, Благодатное, Благодарный [4].

Кроме исторически сложившихся названий официальными символами территории являются герб и флаг. Геральдика, будучи консервативна по своей природе, ограничивает возможности поиска и выбора цвета, образа, графического исполнения. Одной из проблем официальной символики является ограниченная возможность индивидуализации, так территории, покрытые лесами, будут использовать зеленый цвет во флаге и образ лесного зверя (часто для России медведя). Такие официальные символы территории не будут вызывать индивидуализированные ассоциации и потому узнавание и осведомленность о территории будет минимальна, что не позволит выделить отличительные свойства и качества территории, а также определить выгоды для потребителя, а значит, не удастся сформировать отношение потребителя к этой территории.

Неофициальные символы в большей степени подлежат формированию и развитию, могут быть более индивидуализированы, и вызывать ассоциации, связанные с памятниками природы и архитектуры, известными личностями, растениями и животными, флорой и фауной территории, товарами, производимыми данной территорией. Например, резьба по кости ассоциируется с народными ремеслами жителей Крайнего Севера, а сделанная из дерева Птица счастья с территориями северо-запада России. Официальные и неофициальные символы лежат в основе того или иного образа территории, как некоторой формы отражения действительности в сознании человека. Каждая территория может определить приоритетность тех или иных сегментов для нее, что и будет создавать совокупный образ территории для потребителя территориального продукта и задавать специализацию развития территории сегодня и облик территории завтра.

Стратегия позиционирования в территориальном маркетинге – это деятельность, предпринимаемая с целью помочь потребителю различать, узнавать, возможно, предпочитать ту или иную территорию на фоне других территорий [3]. Для того чтобы процесс позиционирования был успешным следует выделять и пропагандировать основные отличия (дифференциаторы) территории, которые значимы и воспринимаются потребителями положительно.

При определении образа территории в сознании потребителей, следует проводить анализ всего комплекса маркетинга

территориального продукта, понимая, что отдельные элементы средства маркетинга могут иметь разную значимость для разных групп потребителей территориального продукта.

Позиционирование в сознании клиентов тесно связано с дифференцированием. Дифференциация – это концепция, описывающая разнообразное предложение товаров и услуг, предлагаемых потребителю. В территориальном маркетинге дифференциация должна быть направлена на формирование определенного отношения потребителя к территории. В территориальном маркетинге можно выделить два аспекта анализа:

– дифференциация первого рода – дифференциация территории по сравнению с другими территориями – конкурентами (возможным местом проживания, отдыха и осуществления деятельности);

– дифференциация второго рода – дифференциация территории для разных групп потребителей ее благ и услуг (для разных групп потребителей территориального продукта) [2].

В основу дифференциации положен анализ потребительских нужд, которые представляют собой базу для закрепления в сознании потребителей территориального продукта – «позицию» данной территории. Следует определить основные критерии сравнения территории с точки зрения потребителей территориального продукта, эти критерии должны быть не только качественными, но и, по возможности, количественными.

Сущность процесса дифференциации позволяет лучше понять, как происходит процесс выбора территории для места проживания, отдыха или осуществления иной деятельности, и могут ли территориальные органы власти и другие субъекты территориального маркетинга вмешаться в процесс выбора территории с целью привлечь к ней максимальное количество человеческих, материальных, финансовых и других ресурсов.

Список использованных источников

1. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок: монография. Краснодар, 2014.

2. *Панкрухин А.П.* Маркетинг территорий. СПб., 2006.

3. *Райе Эл, Траут Дж.* Позиционирование. Битва за узнаваемость. СПб., 2001.
4. *Сайчук Т.В.* Территориальный маркетинг. СПб., 2009.
5. *Силина С.* Маркетинговая концепция управления региональным развитием // Маркетинг. 2004. №1.

А.Г. Левченко

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Краснодарский университет
Министерства внутренних дел РФ

Summary: Market of industry of sport-health services it is people, really or potentially interested in going in for sports and capable for it to pay, therefore marketing in this sphere must be socially oriented, sent to forming of new Russian sport needs that.

Keywords: marketing of sport-health services, social marketing, healthy way of life.

В России еще формируется рынок спортивно-оздоровительных услуг, который реагирует на изменения спроса, на появление новых видов спортивных, оздоровительных и рекреационных услуг. Но пока ощущается существенная нехватка спортивных центров с одной стороны и низкая заинтересованность населения страны с другой. Одна из причин – отсутствие должного продвижения спортивно-оздоровительных услуг на государственном уровне с целью формирования у россиян потребности в здоровом образе жизни.

Российский рынок спортивно-оздоровительных услуг – один из самых быстрорастущих. За 2014 г. только в Москве он увеличился в 1,5 раза и достиг, 300–350 млн. долл. США. Общероссийский рынок фитнес-услуг оценивается всего в полмиллиарда долл. США, по данным агентства маркетинговых и социологических исследований MAGRAM Market Research (MAGRAM MR) [5].

С экономической точки зрения маркетинг спортивно-оздоровительных услуг не должен отступать от сложившихся традиций, его только нужно увязывать с некоторыми

специфическими особенностями, присущими фитнесу, например, такими как: некоммерческие цели, добровольная работа и т.д. Маркетинг ориентирован на рынок, а рынком отрасли выступает группа людей, реально или потенциально заинтересованных в занятиях фитнесом и способных за это платить [4].

Мотивы вовлечения в спортивно-оздоровительную деятельность зависят от пола, возраста, уровня физического развития, психосоматотипа, социального и имущественного положения, семейного статуса, природно-климатических условий, культурных и религиозных традиций, степени развития спортивной инфраструктуры региона, «моды» и т.д. [2]. Маркетинг в сфере спортивно-оздоровительных услуг имеет несколько видов [1]:

– маркетинг услуг (сервисные услуги спортивно-оздоровительных организаций, услуги на спортивных сооружениях, индивидуальные услуги);

– маркетинг идей (программы тренировок, методики подготовки инструкторов);

– маркетинг организаций (создание имиджа команды, инструктора).

Спортивно-оздоровительный продукт довольно специфичен. Поэтому эффективность маркетинга зависит от адекватной оценки конкретной ситуации и от программы действий, учитывающей эту специфику. Концепция маркетинга не принесет успеха, если в ней не будут учтены традиционные ценности фитнеса, а ориентация на рынок и прибыль не будет приведена в соответствие с хозяйственными, социальными и педагогическими целями. Поскольку спортивно-оздоровительные услуги выполняют не только экономические, но и социальные функции, то концепция чисто коммерческого маркетинга для спортивных организаций в целом непригодна.

Для достижения баланса экономических и социальных интересов необходимо идти на компромиссы и находить такие решения, которые позволяют свести к минимуму противоречия. Этим условиям соответствует социально-этичный маркетинг, концепция которого базируется на установлении нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечении их удовлетворенности более эффективными, чем у конкурентов, способами с одновременным сохранением благополучия потребителя и общества в целом. Социально-этичный маркетинг предполагает, что

работающая по его концепции фирма должна принимать решения с учетом запросов потребителей, интересов общества и своих собственных потребностей. Пренебрегая интересами потребителей и общества, стремясь получить коммерческий эффект, спортивная фирма рискует вызвать социальный конфликт, нанести ущерб социальному и культурно-нравственному развитию общества.

Организация социально-этичного маркетинга спортивного комплекса должна иметь более сложную структуру, отражающую многообразие интересов и потребностей. Различные услуги могут иметь неодинаковую социальную значимость (например, услуги спортсменам-профессионалам, услуги спортсменам-любителям, услуги детям, услуги больным людям). Поэтому основная цель маркетинга – это возможность проведения и успешного осуществления спортивно-оздоровительных мероприятий в зависимости от преследуемых в каждом конкретном случае целей – социальной значимости или прибыльности. В последующем экономические результаты от высокодоходных услуг могут быть перераспределены для предоставления социально значимых услуг массовым потребителям.

Маркетинг предусматривает следующие направления в деятельности спортивных организаций [3]:

– развитие связей с общественностью и поиск новых групп потребителей услуг;

– расширение связей со средствами массовой информации, особенно с телевидением и печатными изданиями;

– рекламу и проведение массовых компаний;

– партнерство и сотрудничество;

– поиск спонсоров.

Спортивный маркетинг влияет на:

– расширение спортивного календаря, преимущественно, за счет проведения новых зрелищных соревнований, привлекающих в первую очередь телевидение и рекламодателей;

– появление и внедрение новых систем и тенденций фитнеса (в фитнес-клубах получили широкое распространение такие системы тренировок как йога, пилатес, восточные танцы, восточные единоборства и т.д.);

– изменение регламента проведения соревнований: перенос игр на более зрелищные дни недели и в удобное время в угоду прямой трансляции по телевидению.

Концепция маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг должна базироваться на трех основных направлениях: стимулировании и поощрении обслуживающего персонала (администраторы, инструкторы фитнес клубов), разработка стратегий активного привлечения клиентов и удержание уже существующих, стимулировании потребления товаров и услуг посредством спорта [1].

Как подчеркивают многие исследователи, в условиях социально-экономических и политических преобразований в современной России особое значение приобретают проблемы укрепления физического, духовного и социального здоровья человека, формирования здорового образа жизни и спортивного стиля жизни. Следовательно, проблема здоровья нации становится элементом национальной безопасности России, так как здоровье нации – это мощь государства.

Список использованных источников

1. *Гуськов С.И.* Спортивный маркетинг. Киев, 1996.
2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. СПб., 2000.
3. *Мичуда А.В.* Стимулирование потребления физкультурно-оздоровительных услуг как процесс / Современный олимпийский спорт и спорт для всех. Т.2. М., 2003.
4. *Степанова О.Н.* Управление маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации: концептуальный подход и элементы технологии // Теория и практика физкультуры. 2005. №2.
5. *Сусикова Т.С.* Американская система планирования маркетинга в спортивных организациях / матер. научн. конф. по итогам работы за 2002 г. Омск, 2003.

Д.В. Максимов, Е.В. Куделя, А.А. Кошутина,
В.В. Антошкина, Д.С. Плюснина

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПАРАДОКС КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The analysis of the Krasnodar region tourist-recreational complex has been functioning from 2001 to present time is provided in article. The logical explanation for the paradoxical trends in statistics is defined.

Keywords: touristic and recreational complex, tourism statistics, formal sector, informal sector.

На сегодняшний день среди специалистов туристско-рекреационного комплекса (ТРК), представителей органов власти бытует мнение, что туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края развивается «семимильными шагами»: растут доходы туристских предприятий, бюджетов разных уровней, работников, населения и т.д. На самом деле, абсолютные показатели Крайстата за 2001–2013 гг., подтверждают это мнение:

– за эти годы численность туристов, посетивших Краснодарский край, возросла с 4,6 до 11,8 млн чел. (почти в 2,6 раза);

– объем услуг ТРК (организованный и неорганизованный сектор) вырос с 11,6 до 67,4 млрд руб. (в 5,8 раз);

– объем налоговых поступлений в краевой консолидированный бюджет увеличился в 5 раз, с 0,65 до 4,3 млрд руб.;

– численность работников, занятых в ТРК, также возросла с 73 до 100 тыс. чел. (в 1,36 раза);

– темп роста заработной платы работников ТРК составил 97% (с 2,5 до 24,3 тыс. руб.). При этом существует ряд особенностей развития ТРК в этот период, требующих внимания со стороны органов власти и управления. Так, существенно сократилась доля организованных туристов в общем объеме турпотока: с 57 до 29%, то есть почти в 2 раза. В 2008 г. этот показатель снизился до 25%, и только в последние годы организованный сектор начал отвоевывать свои позиции обратно. За этот же период доля объема услуг организованного сектора снизилась с 68 до 62%, то есть всего на 11%.

Можно предположить, что стоимость услуг в организованном секторе значительно выше, чем в неорганизованных, что и обеспечило сокращение доли организованного сектора в общем объеме услуг ТРК всего лишь на 11%, в то время как доля посетителей организованного сектора сократилась в 2 раза.

В ТРК края, несмотря на рост абсолютных показателей, которые приведены выше, развиваются некоторые негативные тенденции. Так, при росте выручки от реализации услуг ТРК с 2003 по 2013 гг. в 3,32 раза налоговые поступления выросли всего в 2,1 раза. При этом более быстрыми темпами росла выручка неорганизованного сектора (индивидуальных средств размещения) туриндустрии (397%), в то время как организованный сектор (коллективные средства размещения) обеспечил темп роста в 301%.

Одновременно (с 2003 г. по настоящее время) происходит падение собираемых краевых налогов (от деятельности ТРК) относительно объема услуг ТРК (почти пропорционально доле «организованных» туристов) с 10,5 до 6,4% (на 40%), причем «львиная» доля налогов приходится, как и ранее, на организованный сектор. Относительное сокращение налоговых поступлений является результатом следующих факторов:

– во-первых, в 2009 г. произошли изменения в налоговой политике государства (до этого средства размещения, входящие в структуры добывающих компаний, головные офисы которых находятся в Москве, Сибири, других регионах, перечисляли свой корпоративный налог в регионах, где были расположены структурные подразделения, пропорционально численности персонала этих структурных подразделений, в том числе в Краснодарском крае), что привело к сокращению поступлений по налогу на прибыль коллективных средств размещения;

– крупные и средние предприятия ТРК работают на общей системе налогообложения, и существенная часть налоговых платежей приходится на налог на прибыль, базой налогообложения которого является прибыль как разница между выручкой и затратами, включаемыми в себестоимость: в условиях снижения прибыльности продаж падает и налог на прибыль;

– трудности в деле легализации предприятий неорганизованного сектора, даже несмотря на весьма «легкое» налогообложение (причиной отказа от постановки на налоговый учет являются как мизерные штрафы за незаконное предпринимательство,

коррумпированность контролирующих организаций, так и нежелание соблюдать стандарты обслуживания физическими лицами – фактически предпринимателями и находиться под надзором контролирующих организаций).

Все вышеуказанные показатели представлены в действующих ценах. Показатели растут в действующих ценах, но выросли ли реальные (а не номинальные) расходы туристов, действительно ли выросло количество оказываемых услуг и их стоимость, произошел ли рост налоговых поступлений? Для того, чтобы ответить на эти вопросы, рассмотрим эти же показатели в ценах 2001 года, применив индексы цен на услуги ТРК (Крайстат, 2000–2013 гг.).

На первый взгляд, трудно поверить в эти данные (табл. 1). Объем оказанных услуг вырос всего на 7,3% (в абсолютном выражении – на 800 млн руб.), налоговые поступления снизились на 6,6% (на 60 млн руб.). При этом численность туристов возросла более чем в 2,5 раза (на 7,2 млн чел.).

Табл. 1 – Показатели деятельности туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края в 2001–2013 гг.

Показатели	Годы			Темп роста в 2013 – 2001 гг., %	Абсолютный прирост
	2001	2007	2013		
Средний индекс цен по туруслугам, %	100,0	315,0	541,5	541,5	441,5%
Объем услуг курортно-туристского комплекса в действ. ценах, млрд руб.	11,60	40,00	67,4	581,5	55,8
Объем услуг курортно-туристского комплекса, в ценах 2001 г., млрд руб.	11,60	12,70	12,4	107,3	0,8
Налоговые поступления в краевой консолидированный бюджет, действ. ценах, млрд руб.	0,85	3,40	4,30	505,9	3,45
Налоговые поступления в краевой консолидированный бюджет, в ценах 2001 г., млрд руб.	0,85	1,08	0,79	93,4	– 0,06
Численность туристов, млн чел.	4,6	11,6	11,8	255,8	7,2
Расходы 1 туриста в ценах 2001 г., руб.	2521,7	1089,9	1057,9	42,0	– 1463,8
Средняя продолжительность пребывания, ночевок	10,2	9,7	8,8	86,0	– 1,4

Несложно подсчитать, что в среднем 1 турист в 2013 г. тратил на отдых на 58% меньше средств, чем в 2001 г. (1058 руб. против 2522 руб. в ценах 2001 г.). Казалось бы, с ростом качества услуг и расширением их спектра турист должен тратить больше средств. На деле, в действующих ценах, так и происходит, но в сопоставимых – снижается. В ценах 2013 г. расходы 1 туриста на услуги ТРК в 2001 г. составили бы 13655 руб., в 2013 г. они составили 5728 руб.

На ситуацию могла повлиять макроэкономическая ситуация в стране, которая привела, кстати, к сокращению продолжительности пребывания на курортах с 10,2 до 8,8 сут. Но срок пребывания сократился всего на 14%, в то время как расходы туриста – почти на 60%. Причина, на наш взгляд, кроется в удешевлении туристских услуг относительно других товаров и услуг (такая же ситуация сложилась с автомобилями и рядом других товаров). Срабатывает закон рынка: рост предложения туруслуг опережает спрос на них, в том числе и за рубежом. Это привело к тому, что ценность условной туристской услуги (точнее, её потребительская стоимость) снизилась по сравнению с 2001 г. в 2,4 раза. Туристская услуга стала намного доступнее. При подготовке к зимней олимпиаде в Сочи было введено в строй более 35 тыс. койко-мест, что также ведет к снижению стоимости проживания не только на данном курорте, но и в целом на Черноморском побережье.

Данную гипотезу подтверждает и динамика соотношения средней заработной платы в туризме и среднекраевой зарплаты: в 2001 г. зарплата в туризме составляла 115% от среднекраевого уровня, далее соотношение постоянно снижалось, достигнув «дна» в 2011 г. (81%), положение чуть улучшилось перед сочинской олимпиадой, когда соотношение зарплаты по отрасли и зарплаты в экономике края составило 89% (2013 г.). Привлекательность работы в сфере туризма существенно снизилась (это подтверждают и многочисленные опросы работников, занятых в ТРК, а также студентов старших курсов сервисных специальностей вузов) из-за понижения оплаты труда. Низкая оплата труда является следствием падения прибыльности продаж в сфере туризма из-за снижения реальной стоимости туруслуг, что привело к тому, что доля зарплаты в стоимости туруслуги в среднем по отрасли возросла почти в 1,67 раза: с 30 до 50%. При этом сама номинальная заработная плата в туризме, как было показано выше, все равно стала отставать больше и больше от среднекраевого уровня.

Благодаря введенным санкциям против России, когда стал невозможен фактически выезд за границу большого количества российских граждан, когда произошел скачок курса доллара США относительно рубля, ТРК Краснодарского края (как и всей России) ныне переживает оживление и подъем. Остается надеяться, что полученные средства от реализации большего количества услуг, пойдут не в «карман» предпринимателей и топ-менеджмента, а на инфраструктурные проекты, перевооружение основных фондов, внедрение новых управленческих технологий и переподготовку персонала. Только в этом случае не только сочинский, а весь краснодарский ТРК станет конкурентоспособным и займет достойное, соответствующее туристскому потенциалу, место на мировом рынке.

Д.В. Максимов, А.Н. Пелина,
Е.В. Куделя, К.Н. Гадушкина

ЭКСТЕНСИВНЫЙ И ИНТЕНСИВНЫЙ ПУТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Кубанский государственный университет

Summary: The article considers the factors or creation of tourist-recreational complex in Russia and the world. The paper also presents the comparative analysis of extensive and intensive ways of development of tourism, their advantages and disadvantages.

Keywords: tourist-recreational complex, extensive/intensive development of tourism, tourist service.

О необходимости развития рекреации упоминал А. Смит: «За напряженным трудом, умственным или физическим, продолжающимся подряд длительное время, у большинства людей, естественно, следует сильная, почти непреодолимая потребность в отдыхе. Это естественная потребность, которая требует удовлетворения иной раз в виде простого отдыха, а иногда в виде развлечений. Последствия неудовлетворения этой потребности часто опасны и иногда губительны» [1].

Понимая, какое важное значение имеет отдых для трудящихся масс (в т.ч. и для пропаганды советского образа жизни), советское

правительство уже в первые годы после установления советской власти (с 1919 г., во время гражданской войны) создает условия для развития массового туризма. Именно в 1920–1939 гг. закладывался фундамент мощного туристско-рекреационного комплекса (ТРК) России. Основной задачей органов власти являлся ввод в строй как можно большего количества средств размещения (СР), которые размещались в бывших особняках, резиденциях, дворцах аристократии и предпринимателей Российской империи. Большое развитие получили экскурсионные и туристские маршруты.

Стоимость услуг в основном определялась не «рукой рынка», а затратным методом, основную часть которых оплачивали профсоюзы. Но, по существу, набор услуг был весьма ограничен, целью развития ТРК было не пополнение бюджета страны и «кармана» предпринимателя, а восстановление душевных и физических сил как можно большего количества «строителей коммунизма». В экономике такой путь развития называется экстенсивным, например, в сельском хозяйстве валовой сбор какой-нибудь культуры можно увеличить за счет расширения посевных площадей.

Иная ситуация складывалась в остальном мире, где ТРК выступал в рыночной экономике, и основной задачей было (и остается) извлечение прибыли. Конечно, это сложный механизм и целью данной работы не является установление всех связей и зависимостей ТРК в рыночной экономике. В самом же утрированном виде можно сказать, что более высокий уровень жизни в развитых капиталистических странах позволял предпринимателям предлагать более широкий и качественный (а соответственно, и более дорогой, с более высокой нормой прибыли) ассортимент туристских услуг. Тем более что аристократия и буржуазия продолжали существовать в странах с рыночной экономикой, и в первую очередь они определяли (точнее, их потребности) направления развития ТРК.

Говоря простым языком, приоритетом в развитии ТРК была не массовость туризма (хотя присутствовал и данный аспект), а предложение таких услуг (как по качеству, так и по набору), которые позволят «выкачать» из туриста как можно больше средств, повысить средние расходы одного туриста, то есть интенсифицировать туристскую деятельность. В качестве аналога в сельском хозяйстве можно привести примерповышения урожайности культуры не за счет расширения площадей, а посредством применения удобрений,

химикатов, новых машин и механизмов. Таким образом, ТРК (как и любой другой территориально-производственный комплекс) может развиваться по двум направлениям: экстенсивному и интенсивному.

Экстенсивный путь подразумевает увеличение поступлений (доходов) от туризма (бюджета, предприятий, региона) за счет увеличения туристского потока. Он характерен для отсталых регионов, где общество не располагает финансовыми средствами для развития туризма. Развитие ТРК здесь основано на использовании природных рекреационных ресурсов и низкоквалифицированной рабочей силы. Как правило, данный путь подразумевает относительно небольшие по размеру инвестиции (хотя возможны в отдельных случаях и крупные) в СР низкого уровня (до 2-х звезд), расположенных у недостаточно обустроенных природных объектов (пляжей, горных массивов, озер, источников), в редких случаях – в паломническом туризме – у культовых объектов, которые также располагают слабо развитой инфраструктурой (восстанавливаемые, заброшенные). Такой путь развития туризма характерен для большинства туристских центров, расположенных в депрессивных дотационных районах (например, национальный парк «Водлозеро» в Карелии).

Экстенсивный путь развития присущ неразвитой форме ТРК. Он ведет к повышению нагрузки на природные ресурсы, что чревато наступлением необратимых изменений в окружающей среде и её деградацией, а в дальнейшем – снижению туристского потока из-за нежелания туристов посещать данную территорию. Кроме этого, выбор такого пути развития неизбежно приведет к снижению заполняемости СР (высокая конкуренция) и – как следствие – падению доходов предприятий турбизнеса и населения, занятого в туризме. В дальнейшем высока вероятность обветшания номерного фонда СР.

На этом этапе возможен поворот к интенсивному пути развития, т.к. в условиях высокой конкуренции ряд собственников постараются привлечь рекреантов за счет повышения качества услуг (повышения классности СР) и расширения спектра предоставляемых услуг. Примером может служить ТРК г. Геленджик (конец 1990 – 2000-е гг.). В этот период в городе предпринимались беспрецедентные попытки по налаживанию налогового и статистического учета в туризме, наведению порядка в сфере благоустройства, повышению инвестиционной привлекательности курорта, что дало свои плоды:

курорт стал привлекать более обеспеченных туристов (появились высококлассные СР), стала более сглаженной сезонность туристских потоков, появилась масса туристско-развлекательных объектов и мероприятий, повышающих расходы рекреантов на отдыхе и проч.

В отличие от экстенсивного, интенсивный путь развития туризма основан на повышении качества и спектра туристских услуг, что привлекает в регион более обеспеченных туристов, которые при сохранении (или даже снижении) туристского потока обеспечивают более высокие доходы предприятий туротрасли, сопутствующих отраслей, бюджета и, соответственно, регионов. Достижение этого результата возможно при более глубоком (на качественно другом уровне) использовании природных ресурсов: строительство санаторно-курортных предприятий, развитии пляжной, парковой инфраструктуры и т.д. Обязательным условием является повышение уровня квалификации и образования обслуживающего персонала (трудовых ресурсов). Данные меры позволяют сгладить сезонные колебания и заполнить СР в межсезонье, увеличить срок пребывания на курортах, превратить туристскую локацию в полноценную современную курортную местность.

Кроме эффективного использования природных ресурсов, интенсивный путь развития базируется на антропогенных рекреационных ресурсах, предполагающих наличие или строительство историко-культурных, культурных, спортивных объектов, зоопарков, центров делового и развлекательного туризма. Получают развитие новые, ранее не присущие данной туристской местности, виды туризма. Здесь также не только возможно, но и необходимо строительство высококлассных СР (3–5 звезд), предприятий общепита или реконструкция старых объектов до уровня элитных. Такие мероприятия (как правило, предварительно изложенные в концепции или долгосрочных планах развития регионов) позволяют обеспечить: 1) рост среднедневных расходов туриста; 2) повышение коэффициента заполняемости СР в целом по региону, в том числе за счет снижения сезонных колебаний; 3) повышение квалификации персонала; 4) рост благосостояния населения; 5) расширение спектра туристских и сопутствующих услуг; 6) увеличение продолжительности пребывания на курорте; 7) сохранение на прежнем уровне и в некоторых случаях снижение нагрузки на природные рекреационные ресурсы и окружающую среду; 8) рост доходов ТРК, бюджетов муниципалитетов и регионов, домохозяйств.

При этих видимых плюсах, есть небольшие минусы. Один из них – повышение цен на региональных рынках на товары, услуги из-за того, что приезжающие туристы (хоть и не всегда более обеспеченные, чем местное население, но планирующие определенные траты на отдых) способны приобретать их по более высоким ценам. Такой рост цен снижает реальные доходы населения принимающего региона.

Неизбежен рост цен и в случае экстенсивного развития туристского центра, но за счет возможного превышения спроса над предложением в силу большого туристского потока. Так происходит в летний период на территории курортных муниципалитетов Краснодарского края, а также в зоне, прилегающей к автодорогам федерального значения.

Интенсивный путь развития туризма характерен для развитой формы ТРК, характеризующейся широким набором туристских услуг высокого качества. Для выявления направления пути развития требуется разработка системы взаимосвязанных показателей, отображающих их изменение во времени.

Список использованных источников

1. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. Антология экономической классики. Т.1. М., 1991.

Н.Р. Молочников, Е.Е. Зайцева

НЕОИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Кубанский государственный университет

Summary: In the article there are considered the problems and conditions of neoindustrialization in the context modernization of the Russian economy. The necessity for the neoindustrialization and development industry.

Keywords: postindustrialism, modernization, recession, neoindustrialization, technological base and global instability.

Без масштабного промышленного сектора невозможна высокая эффективность любого курортно-рекреационного комплекса. В этой

связи целесообразно рассмотреть проблемы и условия существования неоиндустриализации в условиях глобальной нестабильности.

Индустриализация (процесс и период создания крупного машинного производства) началась, к примеру, в народном хозяйстве СССР еще в двадцатых годах XX в. и стала реальной основой постепенного превращения страны в могучую державу. Зато в условиях развития современного российского государства практически полностью потеряна конкурентоспособность российской промышленности – одного из секторов национальной экономики. Однако есть еще одно немаловажное обстоятельство: в экономике России все еще прослеживаются одновременно элементы третьего, четвертого и пятого (в основном в оборонных отраслях промышленности) технологических укладов. Преобладающими являются третий и четвертый. В целом технологическая многоукладность России выступает основной причиной диспропорций, затрудняющих и даже блокирующих, в определенной мере, социально-экономическое развитие страны [1].

В постиндустриальных странах в настоящее время произошло практически повсеместное вытеснение третьего и сокращение четвертого. Процесс деиндустриализации, разрушения советской индустрии, фактически начался еще в конце 1980-х гг. Более того, этот процесс является глобальным и характерным также как для США, так и Европы: внешне он маскируется тем, что сложные, тяжелые и вредные производства выносятся в развивающиеся страны. Но на самом деле происходит уничтожение промышленного труда и промышленности как таковой, что ведет к деградации той или иной страны и росту безработицы.

Реиндустриализация представляет собой переход от раннеиндустриальной и индустриальной базы производства к его новым технико-технологическим основам, переход производства на более прогрессивный путь развития (прогрессивные технологии, информатика, биотехнологии, новые материалы и источники энергии) [4]. Вместе с тем реиндустриализация означает повторение индустриализации. Так, например, СССР прошел реиндустриализацию после победоносного и кровопролитного окончания Великой Отечественной войны, восстанавливая и развивая народное хозяйство в период 1945–1952 гг. После полного разгрома реиндустриализацию прошли Германия и Япония. В то же самое время, по плану А. Маршалла, осуществлялась программа помощи в

восстановлении Западной Европы со стороны США в период 1948 – 1952 гг. Эта программа реиндустриализации была призвана воспрепятствовать развалу Европы, способствовать созданию развитой экономики западноевропейских стран [3].

В условиях доминирования экономики знаний уже осмысливается необходимость возобновления и развития индустрии. В связи с неким «уходом» промышленности сфера услуг и потребления (экономика знаний) может представлять собой пустотелую экономику. Экономика знаний должна быть катализатором новых конкурентных технологий. Реиндустриализация в этих странах означает не имитационные игры, а реально завершающийся переход в шестой технологический уклад. Применительно к России реиндустриализация могла бы способствовать восстановлению индустриальной мощности и движению страны в будущее.

Современные рыночные страны не могут успешно существовать без масштабного промышленного сектора. Так, например, доля обрабатывающего сектора «в экономике США достигает 19,6%, Германии – 30%, а в постиндустриальной Англии – 23%. Все наиболее быстро развивающиеся страны (Китай, Индия, Бразилия, ЮАР) обеспечивают прирост национального ВВП также в основном за счет промышленного сектора. На этом фоне Россия смотрится достаточно ущербно. За последние 20 лет российская экономика фактически вернулась в доиндустриальную эпоху: доля обрабатывающей промышленности в валовой добавленной стоимости упала с 22% до 16%, доля машиностроения – с 9% до 1%» [2].

Экономический кризис в странах Еврозоны еще раз показал, насколько важно России избавиться от статуса сырьевого придатка. Рост российской экономики зависит от состояния промышленного производства в странах-потребителях нефти.

2014 г. считается переломным как для России, так и всего мира: противостояние РФ и Запада напоминает в некоторой степени кризис 2008 г. Санкции Запада говорят об отказе этих стран от базовых принципов ВТО, нарушении справедливой и свободной конкуренции. Ответные меры РФ направлены на защиту отечественных производителей от недобросовестной конкуренции. В этой связи востребованными стали поиск альтернативных поставщиков, а по гражданской продукции – планы импортозамещения с государственной поддержкой в промышленности и сельском

хозяйстве (как рывок в повышении конкурентоспособности реального сектора экономики). Важным конкурентным преимуществом РФ служит емкий внутренний рынок. Для РФ неоиндустриализация означает реализацию планов импортозамещения с разработкой современных отечественных конкурентных технологий и переход в высшие технологические уклады.

Освобожденные от западных товаров рыночные ниши, в первую очередь, заполняются отечественными производителями. Развитие Сибири и Дальнего Востока, на основе взаимодействия с азиатскими странами, становится одной из стратегий Правительства РФ, ее новой региональной политикой. При этом запускается механизм территорий опережающего развития с отбором перспективных площадок, намечается эффективное использование инструментов государственного и частного партнерства. Правительством РФ утвержден план по поддержке инвестиционных проектов. Президентом РФ намечены основные направления развития страны. Прежняя энергосырьевая модель исчерпана.

Ведущим трендом становится наращивание конечной продукции станкостроения и других отраслей, а также обеспечение необходимого уровня концентрации ресурсов на цели модернизации (заметим, не мобилизационной). Россия входит в шестерку самых крупных, успешно развивающихся экономик мира. Однако конкурентоспособность российских предприятий зависит от того, смогут ли они не уступать западным производителям. Необходимо также разрабатывать собственные прорывные технологии. Что касается Евразийского экономического союза, то он сможет минимизировать риски от санкций Запада и значительно повысить как национальную конкурентоспособность, так и конкуренто-способность входящих в него стран.

Таким образом, неоиндустриализация в России может способствовать не только восстановлению индустриальной мощности, но и стать обязательным условием постепенного перехода от очаговой модернизации к фронтальной инновационно-технологической. При этом западные санкции, создавая стимулы для диверсификации российской экономики, развития потенциальной науки и международных связей, одновременно наносят вред всей мировой экономике. Саммиты АТЭС, G20 и встречи в формате БРИКС показали, что РФ заинтересована в развитии сотрудничества

как с Востоком, так и с Западом. Новая волна промышленного технологического развития должна обеспечить ведущие мировые стандарты жизни. Имеющиеся заделы в наукоемких отраслях промышленности дают России реальные возможности для опережающего развития нового технологического уклада и решения задач национальной безопасности при условии системной поддержки государством модернизационных преобразований. Этому должна способствовать антикризисная программа Правительства РФ.

Список использованных источников

1. *Молочников Н.Р.* Эволюция технологических укладов и новые способы организации труда / Труд в XXI веке. Т.2. Тверь. 2011.
2. Неоиндустриализация и инновационное развитие России: матер. Междунар. науч.-практ. конф. Ч.1. Сочи, Краснодар, 2012.
3. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. М., 2008.
4. *Яценко Н.Я.* Обществоведческий словарь. СПб., 2007.

И.М. Пунько, Ю.Р. Лях

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ТУРИСТСКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Кубанский государственный университет

Summary: Perfect competition in the tourist market creates the conditions for the development and implementation of strategies in the activities of tourist companies. Study of tourist companies of Krasnodar possible to determine the dominant strategy as a factor in increasing the efficiency of the activities in a competitive environment.

Keywords: strategy of the company, tour companies, competition, strategic advantages

Совершенная конкуренция на туристском рынке создаёт условия для разработки и внедрения стратегий в деятельность туристских компаний. Стратегия – интегрированная модель действий, направленных на достижение целей предприятия. Существует

большое количество разновидностей стратегий [1]. В условиях хаотичного рынка выбор стратегии даёт право существовать и эффективно вести деятельность на туристском рынке.

С целью определения доминирующих стратегий как фактора повышения эффективности функционирования деятельности туристских компаний в условиях конкуренции было проведено исследование туристских компаний г. Краснодара. Лишь половина опрошенных компаний имеют чётко разработанную стратегию, у 40% компаний стратегия находится в разработке и совсем небольшая доля – не имеют стратегии.

Половина турфирм считает, что под воздействием конкуренции в работе компании необходимо внедрять инновации, 60% – снижать цены на турпродукт, 25% – лучше подбирать и обучать персонал, 24% – больше средств вкладывать в рекламу.

Около 25% опрошенных фирм считают своими стратегическими преимуществами высококвалифицированный персонал, 25% – возможность изменять тур в зависимости от потребностей и возможностей клиентов, 20% – внедрение инноваций, 20% – низкие цены на турпродукты, 11% – фокусирование предложения на определённых направлениях или сегментах рынка. Также компании выделили такие преимущества, как удачное расположение в торговом центре и эксклюзивные предложения.

Стратегия почти 80% турфирм направлена на привлечение клиентов за счёт богатого ассортимента туров, 64% – качественного обслуживания, около 40% – за счёт удачного местоположения, 34% – системы скидок и льгот, 30% опрошенных компаний – посредством широкой рекламы.

Почти у 75% фирм одним из важных пунктов стратегии является корпоративная культура и её усовершенствование. 18% турфирм считают, что корпоративная культура не имеет значение и не влияет на положение дел в компании.

Более 60% турфирм со стороны наблюдают за конкурентами, что является признаком оборонительной стратегии, когда фирма просто собирает информацию о конкурентах, держит их в поле зрения. Треть компаний принимает совместное участие с конкурентами в различных проектах. У некоторых компаний отсутствует интерес к конкурентам. При этом все компании стараются избегать конфликтных отношений с конкурентами.

У 90% опрошенных турфирм прибыль составляют 10–30% от продаж. По статистике турфирмы тратят 15–20% прибыли на рекламу, по результатам опроса в Краснодаре турагентства тратят на рекламу до 10% прибыли. Лишь туроператоры тратят на рекламу порядка 25% прибыли.

Абсолютно все турфирмы используют «сарафанное радио» и информацию в сети Интернет как рекламные средства и считают их самыми эффективными, 60% компаний используют участие в выставках, семинарах. Практически все компании используют наружную рекламу: вывески, плакаты, штендеры. Более 75% турфирм дают объявления в прессе. Около 60% фирм используют брошюры и листовки, 42% турфирм дают объявления по радио. Треть компаний используют бегущую строку по телевидению, но считают, что у такой рекламы самая низкая эффективность.

Все туристские компании Краснодара используют смешанную стратегию. Результаты исследования указывают на присутствие доминирующих признаков стратегий дифференциации, инновации и минимизации издержек. Предложение более 50% турфирм направлено на разные сегменты рынка с различными потребностями. Турпродукт 54% компаний можно дифференцировать и приспособить под желания клиентов. 90% турфирм может предложить клиентам более пяти вариантов туров. У 88% компаний цены на основное предложение турпродукта находятся на уровне рыночных и у 80% туры и услуги ориентированы на потребителя со средним уровнем дохода. Это всё указывает на использование стратегии дифференциации.

Более эффективная и прибыльная деятельность, конкурентоспособность и успешность на туристском рынке могут быть у компаний, использующих в своей работе стратегию дифференциации. Предоставляя широкий спектр услуг и ассортимент туров, сотрудничая с различными поставщиками и партнерами, такие туристские фирмы обладают возможностью привлечения и удержания максимального количества клиентов и широкой целевой аудитории с различным уровнем доходов и потребностями.

Более половины фирм считают, что в условиях конкуренции необходимо внедрять инновации. 50% компаний стремятся использовать инновационные проекты развития, создавать принципиально новые товары, технологии, удовлетворять потребности клиентов новыми способами. 20% туристских фирм

считают своим стратегическим преимуществом внедрение инноваций. Эти факторы указывают на использование стратегии инноваций. Компании используют инновационные направления деятельности в продвижении туристского продукта, внедряют инновационные проекты. В 2011 г. проект Workle пришел как новый формат e-work. Компания Workle предоставляет сервисы для удаленной работы через интернет. Каждый пользователь получает доступ к виртуальному офису и системе обучения.

Workle.ru – стартап, собирающийся решить проблему связи между компаниями, которым нужны рабочие руки в офлайне, и людьми, которые ищут удаленную работу. Работодатель публикует список доступных профессий, а работник оказывает ему услуги на аутсорсе. Workle выступает как посредник, получающий комиссию от заработка каждого такого сотрудника.

Интерес к дистанционной работе у работодателей растет. Два года назад схема сотрудничества Workle с компаниями строилась таким образом: если компании нужен персонал, Workle может его привлечь, обучить и вести по нему документооборот. Сегодня добавился новый запрос (уже от самих клиентов): у турфирм есть сотрудники, которых они бы хотели перевести на удаленный режим работы с помощью удобной платформы. Впрочем, компании не боятся рисковать. При правильной организации процесса качество работы не пострадает, к тому же можно существенно сэкономить на разнице зарплатного фонда. С помощью этого проекта туроператоры продвигают свое предложение, это дополнительное средство рекламы и сбыта услуг.

Около 75% компаний считают, что лучше продавать много туров по низкой цене, и преследуют цель экономии на масштабах производства. 20% турфирм считают своим стратегическим преимуществом низкие цены на турпродукты. 46% турагентств предлагают стандартизированный турпродукт и ориентированы на среднестатистического потребителя. На сегодняшний день наблюдается тенденция изменения структуры туристских фирм. Появляются электронные офисы компаний, обычные офисы закрываются. Менеджеры консультируют клиентов и продают туры, не выходя из дома, посредством сети Интернет. Это говорит о присутствии стратегии минимизации издержек в портфеле стратегий фирм.

Без стратегии компания представляет собой набор активов, отягощенных обязательствами, не имеет представления о том, что с ней будет завтра, и плывет по инерции в это светлое завтра. Необходимо отметить, что конкуренты, разработавшие и реализующие стратегии, немедленно получают преимущество перед компанией, не имеющей стратегии. Стратегия позволяет быстрее и эффективнее достигать долгосрочных целей развития компании. Единая стратегия компании, кроме того, является базой для объединения действий и решений различных подразделений компании в одно целенаправленное усилие. Если нет стратегии, менеджмент не может сформулировать бизнес-модель, которая обеспечит рост стоимости компании, и не способен принимать долгосрочные решения, направленные на ее развитие [2].

В целом можно отметить, что при отсутствии стратегического видения или плана развития компании на стратегическую перспективу, не имея стратегических целей, не определяя свою миссию в бизнесе, невозможно не только развиваться в долгосрочном аспекте, но и эффективно решать текущие задачи.

Для осуществления результативной деятельности в сфере предоставления туристских услуг очень важно профессионально подойти к определению стратегии турфирмы и её научно-экономическому обоснованию.

Список использованных источников

1. *Моисеева Н.К.* Стратегическое управление туристской фирмой: учебное пособие. М., 2007.

2. *Симонян Г.А.* Разработка стратегии конкурентоспособности туристско-рекреационных предприятий / Российское предпринимательство. 2009. №1.

Г.П. Долженко, О.В. Ивлиева, Ф.К. Гочияева

ПРОЕКТ АВТОТУРА «ОТ РОДИНЫ ЧЕХОВА ДО ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ»

Южный федеральный университет
Туристское агентство «Таис», г. Ростов-на-Дону

Summary: The article discusses the possibility of creating the automobile tour route: Taganrog – Rostov-on-Don – Novocherkassk – Kamennomostskiy – Maikop – Anapa. Offer sightseeing tour for inspection on the route.

Keywords: sightseeing objects, sights, attractions, step nomads, Don Cossacks, the river Don, the river Belaya, caves, Caucasian mountains, Adyghe people

Среди задач, стоящих сегодня перед отечественным туризмом, первоочередной следует признать формирование турпродукта, способного успешно конкурировать с зарубежными аналогами. Только в этом случае можно надеяться на увеличение объемов внутреннего и въездного потоков в нашей стране.

Разработкой экскурсий и различных туров, как на территории Ростовской области, так и на Северо-Западном Кавказе уже многие годы занимается кафедра туризма Южного федерального университета (до 2014 г. – кафедра общей географии, краеведения и туризма) совместно с рядом туристских фирм города Ростов-на-Дону. В результате многолетней работы сформировались четкие представления, какими качествами должен обладать тур сегодня, чтобы быть замеченным на российском и международном туристских рынках:

1. Тур для внутреннего и въездного туризма должен создаваться на ресурсах федерального и международного значения, известных достопримечательностях. Тур, построенный на экскурсионных объектах регионального значения, как правило, не популярен. В предлагаемом проекте тура вся содержательная часть построена на объектах федерального и международного значения.

Табл. 1 – Экскурсионные объекты (достопримечательности) и аттракции автотура «От родины Чехова до Черноморского побережья»

Экскурсионный центр	Основные экскурсионные объекты и аттракции	Главные экскурсионные рассказы
Ростов – на - Дону	Река Дон; музей краеведения; Золотая комната музея; аттракция: вечерняя прогулка на теплоходе по Дону (ужин – «Донская кухня»).	Дон: история и Легенды Золото степных курганов.
Таганрог	1) Дом, в котором родился А.П. Чехов; гимназия, где он учился; Драматический театр им. А.П. Чехова; аттракция: спектакль по пьесе А.П. Чехова. 2) Научно-технический комплекс им. Г.М. Бериева.	А.П. Чехов и Таганрог. Таганрог – родина гидросамолетов.
Новочеркасск	Музей истории донского казачества; памятник Ермаку; Вознесенский собор; памятники М. Платову; аттракция: дегустация донских вин в Институте виноградарства и виноделия.	Донские казаки в войне 1812 г. Атаман М. Платов.
Ночной переезд в пос. Каменномостский (6 час.) *пос. Каменномостский*	Плато Лагонаки; сталактитовые пещеры; Кавказский государственный заповедник; р. Белая; водопады Руфабго; Хаджохский каньон; аттракция: сплав по р. Белой на плотах; восхождение на г. Трезубец; школа народных танцев; концерт адыгейской музыки; вручение дипломов «Матрос тур. плотов», «За восхождение на Трезубец».	Природа горной Адыгеи.
Майкоп	Майкопская мечеть; аттракция: обед в ресторане национальной кухни	Беседа об исламской культуре.
Переезд в Анапу (4 час.) *Анапа* / отдых по индивидуальным программам туристов	Археологический музей; дельфинарий; Абрау-Дюрсо (дегустация вин); казачья станица Атамань; аттракция: обед «Тамань накормит».	История Анапы; Виноделие Тамани.

2. Тур, особенно, продолжительностью в несколько дней, должен иметь 3–4 тематики. Разрабатываемый тур имеет 3 тематики –

«Чехов на Дону», «Донское казачество» и «Природа горной Адыгеи». Все темы в достаточной степени обеспечены экскурсионным показом (табл. 1).

3. В программу тура следует обязательно вносить различные аттракции, адекватные содержанию маршрута.

4. Из числа популярных аттракций нужно, по возможности, использовать рестораны национальной кухни, т. к. гастрономический вид туризма всегда присутствует в любом туре и вызывает интерес у туристов.

5. Тур должен быть обеспеченным полноцветным буклетом еще на стадии его продвижения.

6. Желательно в процессе аттракций найти возможность вручить за различные достижения дипломы туристам. Проект разрабатываемого тура предусматривает два награждения: лицензию «Матрос туристских плотов», диплом за восхождение на гору Трезубец.

В статье не рассматриваются проблемы размещения туристов и автотранспорта. Это связано с тем, что во всех экскурсионных центрах маршрута имеются в достаточном количестве гостиницы необходимого класса, а автохозяйства Ростова-на-Дону, откуда начинается тур, обеспечены автобусами требуемого уровня для перевозки туристов.

Предлагаемый проект автотура является примером координации действий при формировании туров, проходящих по нескольким областям, краям, республикам Российской Федерации и имеющих конечной целью повышение качества турпродукта.

Е. Игнатенко, И.С. Королева

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ЕВРОРЕГИОНЕ «СЛОБОЖАНЩИНА»

НИУ Белгородский государственный университет

Summary: The questions of development of eventful tourism are lightedup in the article. The prospects of development of eventfultourism are considered in the Belgorod and Kharkov area.

Keywords: Tourism Events, Euroregion «Slabozhanschina».

В современном мире туризм является одним из динамично развивающихся отраслей мировой экономики, удовлетворяющий потребности людей, повышающий качество жизни населения. В последние годы разнообразные потребности туристов способствуют появлению новых инновационных видов отдыха и формированию тематических маршрутов. Одним таких видов туризма является событийный. Данное понятие впервые было применено в Европе в восьмидесятых годах прошлого столетия. В тот период событийный туризм, как отдельное направление не выделялся, а являлся составной частью познавательного туризма.

Событийный туризм – это вид туризма ориентированный на посещение местности в определенное время и приуроченное к какому-либо событию. Под событием нами понимается совокупность явлений, выделяющихся своей значимостью для индивидуумов, данного общества или человечества в целом. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени.

Бабкин А.В. выделяет следующие виды событий, которые могут являться поводом для туризма и вызвать наплыв туристов в регионы:

1) культурные торжества: карнавалы, фестивали, этнографические и культурные праздники, религиозные праздники и т.д.;

2) государственные и политические события: официальные визиты, встречи на высшем уровне, государственные праздники, выборы;

3) событийные мероприятия в области науки и образования: семинары, конференции, научные премии, студенческие олимпиады разного уровня;

4) развлекательные события и события в мире искусства: церемонии награждения, концерты, театральные премьеры, развлекательные шоу и пр.;

5) деловые события: торговля, бизнес, выставки, ярмарки;

6) спортивные соревнования и события: олимпиады, чемпионаты, ралли, универсиады, любительские соревнования;

7) частные события [1]. Популярность событийного туризма в современном мире связана с его основными преимуществами. Во-первых, с внесезонностью его проведения и способностью приносит высокие доходы населению. Во-вторых, с появление новых событийных мероприятий, которые из случайных переходят в разряд

регулярных. В-третьих, с неисчерпаемостью по своему содержанию и возможностям. Его единственным недостатком, пожалуй, можно назвать только непредсказуемость спроса на то или иное событие.

Событийный туризм в России является достаточно молодым, но перспективным видом, поскольку на ее территории проводятся крупные международные спортивные соревнования, фестивали (Московский международный кинофестиваль и др.), этнические и религиозные праздники и другие интересные события.

Белгородская область обладает достаточно хорошей ресурсной базой для развития событийного туризма, поскольку занимает выгодное географическое положение и имеет богатое культурно-историческое наследие. В последнее десятилетие в регионе особое внимание уделяется формированию туристского имиджа, для этого обеспечивается ежегодное участие Белгородской области в крупнейших международных выставках и ярмарках.

В каждом муниципальном образовании Белгородской области имеются уникальные достопримечательности, которые могут выступать в качестве центров привлечения туристов. В Алексеевском районе – историко-литературный музей Н.В. Станкевича. В Белгородском районе – часовня-ротонда в честь 2000-летия Рождества Христова, дуб-долгожитель в п. Дубовое. В Борисовском районе – санаторий «Красиво», участок государственного природного заповедника «Белогорье» – нагорная дубрава «Лес на Ворскле», Храм Воскресения Христова и другие. В Валуйском районе – Свято-Никольский собор Валуйского Успенского Никольского мужского монастыря. В Грайворонском районе – Круглое здание. В Губкинском городском округе – Спасо-Преображенский кафедральный собор. В Прохоровском районе – Храм святых Первоверховных апостолов Петра и Павла, парк «Ключи», памятник Победы – Звонница на Прохоровском танковом поле. В Чернянском районе – Свято-Троицкий Холковский мужской монастырь.

На территории Белгородской области проводятся уникальные и интересные культурные события. Большинство мероприятий организовываются на основе народных традиций, праздников, важных для районов исторических событий. Одним из важнейших культурных мероприятий в Белгородской области по праву считается Фестиваль народности и исторических реконструкций «Маланья», который проводился 7 июня 2014 г. в селе Кострома (парк регионального значения «Ключи» Прохоровского района

Белгородской области) [3], брендовое мероприятие села Скородное (Губкинский район) – народное гуляние «Казачий круг», направленное на сохранение и развитие казачьей культуры в условиях ее естественного бытования.

Управлением культуры муниципального района «Город Валуйки и Валуйский район» в 2014 г. проведена работа по организации событийного туризма на территории района – областного праздника-ярмарки «Клубничная страна», который направлен на брендирование территории Уразовского городского поселения. Праздник-ярмарка «Клубничная страна» проводится в сезон созревания клубники, выращиванием которой славятся уразовские садоводы-любители. В Вейделевском районе Белгородской области традиционным стало проведение межрайонного музыкально-литературного праздника «Воронцовый край», названный в честь замечательных цветов воронцов. Проведение музыкально-литературного праздника, в рамках которого организованы экскурсии в рекреационную зону «Старый Хутор», где произрастает воронец, а также сохранилось множество растений, занесенных в Красную книгу. У села Кустовое Яковлевского района достаточно богатая история. Село Кустовое является единственным населенным пунктом Яковлевского района, где большую часть своего времени люди уделяют картофелю. В связи со сложившимися традициями посева, выращиванья и продажи картофеля было принято решение проводить фестиваль картофеля «Второй хлеб» в селе Кустовое. Фестиваль включает в себя ряд мероприятий различных форм досуга: тематические беседы, обзор литературы, лекции, театрализованные представления, конкурсные и игровые программы для всех категорий населения.

В Харьковской области также развивается событийный туризм, в Чугуевском районе можно в селе Зарожное (30 км от Харькова) – хуторок «Тарасова усадьба», в пгт Печенеги (50 км от Харькова). В Печенегах можно сходить в старинную церковь, музей художника Семирадского, покататься на катерах по водохранилищу.

В Валковском районе «зеленых» туристов ждут в поселке Доброполье (40 км от Харькова), Нововодолажском районе в селе Мелиховка (80 км от Харькова) – «Воронья слободка». Ежегодно в слободке проходят фестивали: Конкурс борщей, День вареника, Праздник урожая. Можно заказать мастер-класс по слобожанской выпечке в русской печи. Кроме этого, в «Вороньей слободке» есть

парк археологических культур, где ведутся раскопки и реконструкция древних поселений. Можно принять участие в археологических работах [6]. Таким образом, событийный туризм в еврорегионе «Слобожанщина» не только перспективный и динамично развивающийся сегмент регионального туристского рынка, но и эффективный инструмент для продвижения территорий [2]. В Белгородской и Харьковской областях имеются все предпосылки для того, чтобы событийный туризм стал одним из значимых составляющих экономического и социокультурного развития регионов, существенным источником пополнения областных бюджетов. Благодаря особому географическому расположению и уникальному комплексу культурно-исторических и природных достопримечательностей регионы представляют значительный интерес для туристских посещений российских и иностранных граждан.

Список использованных источников

1. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. Ростов н/Д, 2008.
2. *Кузьмин А.Е.* Развитие событийного туризма / Вестн. нац. академии туризма. №3(11). 2010.
3. *Курганский К.С.* II Фестиваль народных промыслов Белгородской области «Маланья». URL: http://www.go31.ru.
4. Зеленый туризм по-слобожански: понравитесь хозяйке – отдыхаете бесплатно! URL: http://capital.kh.ua/goodies/Puteshestvija/

З.И. Притчина, Ю.Ю. Язвинская

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЛИТЕРАТУРНЫХ ЭКСКУРСИЙ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ

Кубанский государственный университет

Summary: Excursion service is an integral part of the modern tourist business. Excursion can have special cognitive and educational elements. Literary excursion may be of particular importance in the educational process in schools. So it is very important to popularize them among pupils.

Keywords: tour, literary tours, tours for school children, quests excursions.

Знакомство с экскурсиями чаще всего начинается ещё в раннем детстве, в период посещения детского сада. Тогда экскурсионными объектами становятся в основном зоопарки, природные парки и т.д. В школьном возрасте ученики часто посещают музеи, предприятия, участвуют в различных тематических экскурсиях и экскурсиях по городу. В более старшем возрасте выбор человека становится осознанным и самостоятельным. Он начинает выбирать интересующие его экскурсии, на которых пытается узнать неизвестное и любопытное. В настоящее время на территории регионов России доля образовательных экскурсий и, в частности, литературных экскурсий, ориентированных на детей школьного возраста, невелика. Существует необходимость увеличения количества экскурсионных маршрутов данного типа с целью повышения легкости восприятия школьного материала и, как следствие, повышения уровня образования учащихся.

В последние годы наметился подъем в экскурсионном деле, рост интереса к городским и загородным экскурсиям у всех возрастных групп населения, но пока только в больших городах. Процесс тормозится постоянным ростом цен на экскурсионные услуги. Сегодня развиваются такие перспективные направления экскурсионной деятельности, как разработка авторских экскурсий, составление тематических экскурсионных туров, создание новых форм экскурсионного обслуживания, экскурсионная анимация [2].

Экскурсия может стать хорошим учителем и воспитателем, особенно это актуально для школьников, у которых только начинают формироваться жизненная позиция, интересы и вкусы. С этим связана отличительная особенность экскурсий для детей в сравнении с экскурсией для взрослых, где значительное место занимают общеобразовательные элементы, поэтому в экскурсиях, организованных для детей, должно быть больше познавательных и воспитательных моментов.

Учебные организации пока недостаточно используют познавательный и воспитательный потенциал экскурсий. В школах они проводятся редко и не являются частью учебного процесса, выполняют лишь досуговую функцию. Но при этом именно экскурсия является одной из наиболее активных форм включения учеников в познавательную деятельность. Они играют важную роль в осуществлении связи обучения с жизнью и активизации учебной деятельности учеников. По меткому выражению Н.Н. Баранского,

экскурсия – это «перевод географии со страниц учебника в жизнь», а также истории, биологии, литературы, химии, физики и т.д. [1].

Среди многообразных форм экскурсионного обслуживания и видов литературных произведений существует одна крайне интересная, но обойденная вниманием современных литературоведения и экскурсоведения: литературная экскурсия. Такой социально значимый и богатый возможностями воспитания и просвещения феномен, как литературная экскурсия, отошел, кажется, исключительно в область прикладных интересов туристского бизнеса. Имеющие особую важность для школьников литературные экскурсии, совмещенные со школьной программой, давно перестали пользоваться сколько-нибудь значимым спросом. Но при этом всем известно, что литературные экскурсии могут оживить преподавание. Проецируя в воображении известные, изученные на уроках литературы произведения в реальный ландшафт, учащиеся могут почувствовать полезный для воспитания и духовного развития эффект сопричастия к художественному миру. Эффект взаимодействия литературного текста и ландшафта оказывается многоплановым. Во-первых, меняется восприятие самого художественного текста, строки знакомого произведения, локализованные в маршруте, приобретают предельную конкретность. Школьники, сопоставляя объект и свои собственные ассоциации с ним, сами входят в процесс творческого преображения местности. Во-вторых, меняется отношение к повседневному пространству: знакомые улицы города, на первый взгляд ничем неприметные дома приобретают иной облик, «голос». Все это в сознании превращает окружающее пространство в культурный ландшафт. В конечном счете, учащиеся способны почувствовать большую, углубленную потребность знать и любить и свой край, и изучаемые произведения [3].

Большое внимание при проектировании познавательных литературных экскурсий для детей следует учитывать то, что продуктивность экскурсии не всегда бывает равномерной, так как некоторые учащихся из-за пассивности или недостаточности времени для вдумчивого осмотра по разным причинам «выпадают» из актива экскурсантов. К тому же, пассивно слушать руководителя экскурсии способны далеко не все: это закономерно и не связано с уровнем дисциплинированности учащихся. Очень важно то, что экскурсия должна быть интересной и неперегруженной, так как, к примеру,

учащиеся средних классов могут фокусировать внимание на информации только в течение 30 минут. В связи с этим монолог экскурсовода можно разнообразить небольшими заданиями, вопрос-ответами и др. [1].

Часто школьники сами хотят осмотреть, узнать, выбрать то, что их интересует. Поэтому весьма целесообразно (особенно для старших классов) внести некую самостоятельность в экскурсию, это может быть непосредственное вовлечение школьников в процесс экскурсионного обслуживания. Весьма может оживить обычную образовательную экскурсию популярные в современном туристско-экскурсионном бизнесе элементы анимации.

В нашем городе Краснодаре есть разработанная тематическая экскурсия данной направленности «Краснодар литературный», посетив которую можно узнать о том, что за более чем двухвековую историю Екатеринодара–Краснодара многие выдающиеся деятели литературы, искусства, культуры связали свои имена со столицей нашего края, а также познакомиться с творчеством современных кубанских писателей и поэтов. Данную экскурсию можно оживить с помощью анимационного наполнения. К примеру, это могут быть активно набирающие популярность в современном мировом обществе, в том числе и среди школьников, городские квесты, которые представляют собой увлекательную командную игру детективного, приключенческого, интеллектуального и иного характера. Организация городского квеста во время проведения литературной экскурсии (после ее основной части) позволит учащимся больше вникнуть в процесс, стимулировать познавательную деятельность, повысить интерес, как к экскурсиям подобного рода, так и к школьной программе, если она периодически будет преподноситься в неформальной обстановке и оригинальном выражении для учащихся.

Таким образом, при помощи интересных и занимательных экскурсий, можно разнообразить обучение и сделать его необычным. Многочисленные исследования в этой области показывают, что дети при использовании подобных экскурсий, гораздо больше проявляют интерес и лучше усваивают школьные предметы.

Для закрепления информации, можно провести контрольную работу или написать сочинение об экскурсии и о «пройденных испытаниях». К тому же, подобное сочинение поможет учителю выявить интерес класса к тому или иному материалу.

Организация и проведение подобных экскурсий – это дело весьма непростое. Однако повышение качества образования и успеваемости, определенно, стоят участия в таких тематических образовательных и одновременно развлекательных экскурсиях. А также применение современных методик экскурсионного обслуживания позволит повысить спрос на подобные городские экскурсии в туристских фирмах и экскурсионных бюро.

Список использованных источников

1. *Ишекова Т.В.* Экскурсионное дело: учеб. пособ. Саратов, 2006.
2. *Прессман Л.П.* Педагогическое значение походов по литературным местам / Активизация преподавания литературы. М., 1962.
3. *Шишов К.В*. Экскурсия как форма организации образовательного процесса: познавательная, эстетическая и духовно нравственная ориентация школьников. URL: http:// www.uproviaz.ru/download/mo_geogr_shishov.pdf.

А.В. Фирсова, Н.В. Харитонова

ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ НА КУРОРТАХ ПЕРМСКОГО КРАЯ: ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Summary: In the Perm region are 3 resort, 13 health centers, more than 40 sanatoriums. Holidaymakers in the resorts form a distinct segment of the tour market. When choosing the route of particular importance of space-time, value (cognitive) and recreational principles. Selecting a rest largely coincides with the top of excursion routes in the region. Most popular trips in the Perm region are trips to Kungur ice cave, Belogorsky St. Nicholas Monastery, architectural and ethnographic museum «Khokhlovka» sightseeing tour of Perm, which underlines the importance of these objects. In addition, the territorial organization of sanatorium chain affects the development of local excursion routes and generally on the development of excursion tourism in the province.

Keywords: Perm region, segment of the tour market, excursion, territorial organization

Уральский регион обладает прекрасными природными условиями для организации санаторно-курортного лечения. Его недра содержат разнообразные по целебным свойствам минеральные воды, в озёрах сосредоточены ресурсы лечебных грязей и солей. Минеральные источники, открытые еще в XIX в., известны по сей день: Ключевской источник (1826 г.), Нижне-Сергинский (1833 г.), Турьинский (1842 г.), Обуховский (1858 г.), Курьинский (1872 г.). Сегодня в Уральском регионе действуют более 80 крупных санаторно-курортных организаций различных форм собственности.

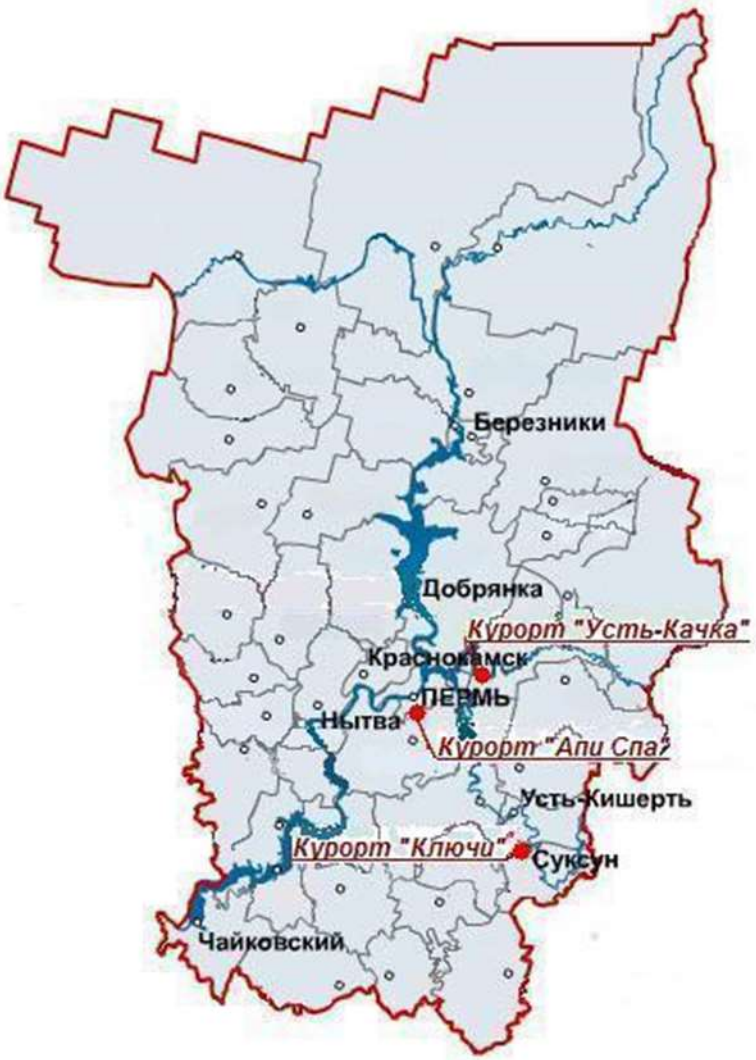

Рис. 1. – Территориальное расположение курортов Пермского края

На территории Пермского края насчитывается 67 санаторно-курортных организаций на 10 078 мест, функционируют 3 курорта, 13 санаториев, 45 санаториев-профилакториев, ряд других санаторных учреждений [2]. Самые известные курорты края – «Ключи», «Усть-Качка», «Апи-спа» притягивают отдыхающих соседних регионов и кроме лечебно-оздоровительной программы предлагают пакет экскурсионных услуг.

Гости курортов являются активными потребителями популярных экскурсионных маршрутов и оказывают влияние на развитие локальных туристских троп. Они могут быть рассмотрены как значимый сегмент экскурсионного рынка.

Как правило, продажей экскурсионных маршрутов занимаются организаторы досуговой деятельности на курортах, при этом они пользуются услугами городских или музейных экскурсоводов, транспортом организации, либо частных транспортных компаний. При выборе маршрута организаторы руководствуются следующими принципами:

– *пространственно-временной:* возможность провести экскурсию в течение одного дня: от 2 до 8 час. (в перерыве между завтраком/обедом, завтраком/ужином). При выборе маршрута учитывается качество дорог и доступность объекта;

– *ценностный (познавательный):* при выборе маршрута важна известность экскурсионного объекта, его познавательная ценность, репрезентативные свойства. Экскурсионный объект ярко характеризует природные и ландшафтные особенности территории, отражает историческую эпоху или представляет собой явление местной культуры или религиозной традиции;

– *рекреационный:* экскурсионный объект аттрактивен, экзотичен, предполагает интерактивное взаимодействие с ним, интересен как взрослым, так и детям. Рассмотрим деятельность трех курортов Пермского края и спектр их экскурсионных предложений, в соответствие с указанными принципами.

Старейший курорт Прикамья *«Ключи»* расположен в Суксунском районе, в равном удалении от городов Пермь и Екатеринбург. Первым на лечебные свойства Ключевских вод указал современник Петра I – В.Н. Татищев. Развитие курорта началось в 1862 г. благодаря деятельности заводского врача А.П. Щербакова [2]. В 1929 году курорт Ключи стал курортом областного значения. В 1999 году курорт был преобразован в ЗАО «Санаторий Ключи», а в

2005 в ЗАО «Курорт Ключи». Сегодня это современный лечебно-оздоровительный комплекс, в котором оптимально сочетаются природные условия и возможности современной медицины. Курорт располагает шестью жилыми корпусами на 430 мест и привлекает жителей Уральского региона. Особенностью этого грязевого и бальнеологического является сочетание трех лечебных природных факторов: питьевая минеральная лечебно-столовая вода «Ключи», сульфидно-иловые грязи Суксунского пруда; минеральные источники сероводородной воды. Гостям курорта предлагают следующие экскурсии:

1) *Продолжительностью до 8 часов:*

Кунгурская ледяная пещера.

Белогорский монастырь.

2) *Локальные маршруты продолжительностью 2–3 часа:*

«Суксун – родина самоваров».

«Водопад Плакун» – природно-ориентированная экскурсия к памятнику природу.

«Серый камень» – терренкур (пешеходная прогулка) к памятнику природы.

Форелевые хозяйства – особый вид промыслового туризма, предполагает ловлю рыбы, ее копчение, пикник.

Другой многопрофильный лечебно-оздоровительный комплекс курорт *«Усть-Качка»* находится в 54 км от г. Перми, вдали от промышленных предприятий, на берегу Камы.

История курорта начинается с 1935 г., когда разведочная скважина №16 дала самоизливающуюся сероводородную минеральную воду. В 1949 г. курорт переходит на круглогодичную работу. Через два года, в 1951 г., была получена бромо-йодная минеральная вода, а в 1972 г. – лечебно-столовая. В 1994 г. курорт преображается в ЗАО «Курорт Усть-Качка». С 2007 г. ЗАО «Курорт Усть-Качка» входит в состав одной из крупнейших российских сетей «AMAKS Hotels & Resorts» и осуществляет свою деятельность под ее торговой маркой. Уникальность курорта состоит в том, что его гидроминеральная база представлена тремя видами лечебных минеральных вод: бромо-йодной, сероводородной и лечебно-столовой. К услугам отдыхающих предлагаются семь комфортабельных санаториев вместимостью до 1600 чел.

Гостям курорта предлагают экскурсии:

1) *Продолжительностью до 8 часов:*

Кунгурская ледяная пещера.

Белогорский монастырь.

Монастыри святого Трифона Вятского в п. Верхне-Чусовские городки.

Архитектурно-этнографический музей «Хохловка».

Поселок Ильинский – центр вотчины Строгановых

2) *Локальные маршруты продолжительностью 3–4 часа:*

Пермь православная.

Храмы Пермского района.

«Страус-парк» – поездка на страусиную ферму

Экскурсия на ОАО «Пермская кондитерская фабрика» – экскурсия производственной тематики с дегустацией

Обзорная экскурсия по Перми.

Третий уникальный курорт в крае – *«Апи Спа»*. Это единственный на Урале многопрофильный центр апитерапии и водо-грязелечения. Курорт – правопреемник Пермской водо-грязелечебницы, где для грязелечения использовалась знаменитая сульфидно-иловая грязь, с 2002 г. внедряет новые виды услуг – апитерапия, тибетские методики оздоровления, SPA-терапия. Апитерапия – это применение с профилактической и лечебной целью продуктов пчеловодства (мёд, прополис, маточное молочко, пчелиный яд и др.), уникальные методики оздоровления значительно расширят географию отдыхающих, среди них можно встретить жителей нашей страны от Ялты до Владивостока.

В выходные дни гостям предлагают экскурсии:

1) *Продолжительностью до 8 часов:*

Кунгурская ледяная пещера.

Белогорский монастырь.

Монастыри святого Трифона Вятского в п. Верхне-Чусовские городки

Архитектурно-этнографический музей «Хохловка»

2) *Локальные маршруты продолжительностью 3-4 часа:*

Экскурсия на учебную пасеку.

Пермь православная.

Обзорная экскурсия по Перми.

Каждый из названных курортов обладает своими специфическими терапевтическими возможностями, природными факторами, положением на местности, но все они оказывают

значительное влияние на развитие локальных экскурсионных маршрутов и в целом на развитие экскурсионного туризма в крае.

Список использованных источников

1. *Мышлявцева С.Э.* Туризм в Пермском крае: учеб.-метод. пособ. Пермь, 2012.

2. Санаторно-курортный комплекс России: стат. сб. М., 2008.

А.В. Акопян

МЕДИКО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЦИОНАЛЬНО ОРГАНИЗОВАННОГО ОТДЫХА В г. КРАСНОДАРЕ

Кубанский государственный университет

Summary: rest with wide use of improving natural factors is the most natural way of strengthening of health. Given argument allow to define such topical issue of research as medico-ecological and physiological bases of the rational organization of active recreation. The matter includes consideration of the mode of sports trainings and active recreation, definition of optimum zones of physical activities.

Keywords: medico-ecological and physiological bases of the rational organization of active recreation, zones of physical activities in the city.

Отдых – это потребность, которая возникает после работы. Отдых существует только вместе с работой, он неотрывен от работы, он является как бы следствием работы и защитной функцией самого организма. На определенном этапе работы в организме возникает препятствие, которое заставляет прекратить трудовой процесс и перейти в состояние отдыха. Это препятствие невидимое, но оно знакомо каждому. Имя ему – утомление. Отдых – способ сохранения высокой работоспособности. Формы отдыха многообразны. Отдых может быть большим и длительным после напряженной, продолжительной работы. Он может быть коротким, сжатым после кратковременного, но интенсивного рабочего процесса [2].

При рассмотрении физиологических основ рационального отдыха большое количество ученых в первую очередь ссылаются на труды основоположников русской физиологии И.М. Сеченова, И.П. Павлова [2]. Установлено, что утомление сопровождается понижением работоспособности и производительности труда. Ряд авторов рассматривает утомление как ранний симптом многих заболеваний Г.В. Фельборт (1967); В.В. Розенблат (1961); А.А. Ухтомский (1964); В.И. Ванштейн (1967) [2]. Поэтому при решении

вопросов профилактики и борьбы с утомлением усилия должны быть направлены на изыскание путей, позволяющих повысить работоспособность. В своем абсолютном большинстве эту задачу могут успешно выполнить учреждения отдыха, если в них оздоровительно-профилактический режим будет организован на современном научно-практическом уровне. Но главное, что необходимо помнить, что с развитием новой техники и новых форм труда (умственного по преимуществу) не должно быть утрачено внимание к мышечной работе. Многие исследователи подчеркивают, что прогрессирующее обеднение моторной функции человека в условиях современного состояния научно-технического прогресса должно быть компенсировано, иначе будет нанесен ущерб гармоническому развитию организма. Мышечная работа является жизненной потребностью человека не только потому, что она направлена для получения, определенного общественно полезного результата, но и потому, что она служит средством подъема и совершенствования функциональной дееспособности органов, систем и организма в целом. Уменьшение мышечной активности может привести к недостаточному стимулированию функциональных отправлений и, следовательно, к уменьшению сопротивляемости и жизнеспособности организма. Отсюда задача и необходимость организации различных форм отдыха (дома и базы отдыха, пансионаты, турбазы и т.д.) с применением в большей или меньшей мере средств физической культуры. Для организации отдыха необходимо учитывать условия, в которых происходят трудовые процессы.

Значение дефицита (недостатка) мышечных напряжений усугубляет напряжение нервной и эмоциональной сферы. Замечено, что неподвижность позы (часто вынужденно неудобной), недостаток мышечной деятельности ведут к слабости мышц и даже мышечной атрофии, к некоторым застойным явлениям в области брюшных органов и таза, к плохой вентиляции легких и т.д., что создает достаточно благоприятную почву для ряда заболеваний и в первую очередь для сердечнососудистых [3].

Одним из важных физиологических критериев рациональности режима труда и отдыха является устойчивость и надежность системы условных рефлексов, образующих рабочий динамический стереотип.

Из представленных доводов ясно, что в основу организации и проведения оздоровительно-профилактических мероприятий в

учреждениях отдыха должны быть положены закономерности, установленные в физиологии.

Оздоровление и отдых на курортах воздействует в первую очередь на эмоциональную сферу человека. Рекреационные ресурсы климатические, бальнеологические, преформированные и эстетические преломляются через внутренние реактивные свойства организма, согласно теории отражения, уровень эффективности воздействия зависит от характера и степени нарушения реактивности организма как основной черты отражения организма. Отдых с широким использованием оздоровительных природных факторов является наиболее естественным путем укрепления здоровья [2].

Данные аргументы позволяют определить такой актуальный вопрос исследования как медико-экологические и физиологические основы рациональной организации активного отдыха. Данный вопрос включает рассмотрение режима спортивных тренировок и активного отдыха, определение оптимальных зон физических нагрузок.

Медико-экологические и физиологические основы рациональной организации активного отдыха рассматривались на примере г. Краснодара. Основная цель исследования – популяризация муниципального образования город Краснодар как центра активных видов спортивного досуга. В рамках данного исследования предполагается работа экспериментальных площадок, расположенных в парках, скверах, на открытых площадях муниципального образования город Краснодар. Работа каждой площадки будет включать зарядку с чемпионом, мастер-классы по различным видам спорта с привлечением игроков и тренеров профессиональных спортивных клубов, проведение спортивных мероприятий. Важным аспектом в реализации данного является создание и обеспечение функционирования постоянно действующих площадок, ориентированных на привлечение к их работе всех желающих, гостей и жителей столицы Кубани. На площадках планируется проводить мероприятия, ставшие брендовыми в городе.

Например, любители легкой атлетики и велоспорта в выходные дни в течение года (за исключением зимнего периода) смогут регулярно участвовать в велопробегах и легкоатлетических забегах в парках «Солнечный остров», «Чистяковская роща» и Рождественском сквере. Желающих стать участниками учебно-тренировочных занятий по дворовому спорту или как его сегодня называют «Турник-мэн» приглашаем в спортивный городок Городского сада.

Попробовать себя в экстремальных видах спорта смогут ребята на территории экстрим-площадки в парке им. 30-летия Победы. Баскетбольное сообщество краснодарцев и любители стритбола традиционно будут собираться для тренировок и участия в соревнованиях на площадке REEBOK (угол ул. Орджоникидзе и Рашпилевской). На главной площади города – Театральной будут проходить мастер-классы по игре в футбол с участием знаменитых игроков клубов «Кубань» и «Краснодар», фестивали по различным видам спорта, а также полюбившиеся жителям города соревнования «Спортивная семья». В районе дворца спорта «Олимп» построен скейт-парк.

Основная цель спортивной деятельности администрации муниципального образования город Краснодар – оздоровление населения, формирование здорового образа жизни населения, гармоничное воспитание здорового, физически крепкого поколения, а также достойное выступление краснодарских спортсменов на крупнейших российских и международных соревнованиях и оживление досуга горожан в выходные и праздничные дни.

Список использованных источников

1. *Морозов В.Н.* Защита населения от неблагоприятного влияния окружающей среды через развитие сферы физической культуры и спорта / Вестн. спортивной науки. 2011. №6.
2. Рекреационные ресурсы. Ч.2. Условия и ресурсы отдыха и туризма. Ростов н/Д, 1982.
3. *Туманян Г.С.* Здоровый образ жизни и физическое совершенствование. М., 2006.
4. *Ярмолюк Е.* Экологический маркетинг в современном олимпийском спорте / Наука в олимпийском спорте. 2007. №2.

А.В. Акопян, М.Л. Некрасова

ЗАЩИТА ТУРИСТА ОТ НЕБЛАГОПРИЯТНОГО ВЛИЯНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ С ПОМОЩЬЮ АКТИВНЫХ ВИДОВ ОТДЫХА

Кубанский государственный университет

Summary: Objective of this research to estimate prospects of protection of the population against the growing adverse influence of environment by means of extension of offers of rounds of active types of tourism and familiarizing of the population with a healthy lifestyle.

Keywords: adverse influence of environment, round of an active type of tourism, healthy lifestyle, general life expectancy.

Взаимосвязь между природой и обществом становится в настоящее время объектом пристального внимания науки и широкой общественности. Эта проблема приобрела острое социальное звучание, актуальность которой возрастает с каждым годом.

Интенсификация хозяйственной деятельности, активное задействование водных, земельных, биологических ресурсов приводят к их истощению и загрязнению, в то время как состояние среды обитания является одним из первостепенных показателей качества жизни. Цель данного исследования – оценить перспективность защиты населения от растущего неблагоприятного влияния окружающей среды посредством расширения предложений туров активных видов туризма и приобщения населения к здоровому образу жизни. По данным Всемирной организации здравоохранения, состояние здоровья на 50% зависит от образа жизни. Прочие внешние факторы влияют на здоровье опосредованно, в то время как выбор в пользу собственного здоровья индивид совершает в силу собственных жизненных установок. Поэтому высокую значимость имеет укрепление в сознании граждан идеи поддержания собственного здоровья посредством физической культуры и правильного питания как методов неспецифической профилактики заболеваемости и продления активного долголетия [1, 2].

Для определения факторов неблагоприятного влияния окружающей среды на здоровье туристов были отобраны следующие показатели:

– выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников;

– улавливание загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников;

– использование свежей воды; объем оборотной и последовательно используемой воды;

– сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты. В качестве экспериментальной площадки выступил г. Краснодар. Результаты расчетов коэффициентов корреляции между показателями экологической обстановки и долголетием населения приведены в табл. 1.

Табл. 1 – Коэффициенты корреляции между показателями экологической обстановки и общей продолжительности жизни (ОПЖ)

	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников, на душу населения, кг	Улавливание загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников, на душу населения, кг	Использование свежей воды, на душу населения, тыс. $м^3$.	Объем оборотной и последовательно используемой воды, на душу населения, тыс. $м^3$.	Сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты на душу населения, тыс. $м^3$	Число экологических преступлений, ед., значение показателя за год
Средняя ОПЖ	– 0,1121*	– 0,0529	– 0,1662*	– 0,0897	– 0,1925*	0,1124*
ОПЖ мужчин	– 0,0891	– 0,0431	– 0,1306*	– 0,1154*	– 0,1514*	0,1300*
ОПЖ женщин	– 0,1430*	–0,0615	– 02243*	– 0,0338	– 0,2753*	0,0698

Примечание. * Достоверная взаимосвязь ($p< 0,05$).

Достоверная отрицательная корреляционная взаимосвязь с общей продолжительностью жизни (ОПЖ) выявлена с показателями использования и загрязнения водного бассейна. Показатель сброса загрязненных сточных вод наиболее негативно влияет на абсолютное значение ОПЖ женщин ($r = –0,2753$; $p<0,01$) и ОПЖ ($r = – 0,1925$; $p<0,01$), чем на ОПЖ мужчин ($r = – 0,1925$; $p<0,01$). Такая же тенденция прослеживается и в связи ОПЖ с показателем

использования свежей воды. Более всего к этому чувствительна ОПЖ женщин ($r = -0,2243$; $p < 0,01$), в меньшей степени ОПЖ общая и ОПЖ мужчин ($r = -0,1662$; $p<0,01$ и $r = -0,1306$; $p<0,01$ соответственно). Показатель объема оборотной и последовательно используемой воды обнаружил достоверную корреляционную зависимость только с ОПЖ мужского населения ($r = -0,1154$; $p<0,05$).

Анализ характеристик состояния воздушного бассейна показал следующее: с показателем улавливания загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, достоверной корреляции не обнаружено. Однако найдена достоверная отрицательная корреляционная зависимость объема выбросов загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, с ОПЖ женщин ($r = -0,1430$; $p<0,01$) и ОПЖ ($r = -0,1121$; $p<0,05$); таковой связи с ОПЖ мужчин не найдено.

Результаты расчетов показателя количества экологических преступлений наличие положительной зависимости их числа с ОПЖ мужчин ($r = 0,1300$; $p<0,01$) и ОПЖ женщин ($r = 0,1124$; $p<0,05$).

Заключительным показателем исследования является доля расходов население на активный отдых среди прочих расходов на платные услуги. За три года расходы на платные услуги выросли у населения в три раза. В результате расчета была установлена достоверная положительная корреляционная зависимость между средним ОПЖ, ОПЖ женщин и долей денежных расходов домашних хозяйств на платные услуги, а в частности на туры активных видов отдыха, в среднем на одного члена домашнего хозяйства в общей структуре расходов. В то же время на долголетие мужчин показатель достоверного влияния не оказал.

Выявленные закономерности подтверждают важность проведения политики турфирм, направленной на повышение доступности услуг и туров активных видов отдыха и формирование здорового образа жизни у населения. Исследование окружающей среды по указанным ранее показателям подтвердили увеличение количества выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух, рост объемов сброса загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты, нерациональное использование свежей воды приводят к снижению продолжительности жизни населения. Рассчитанные коэффициенты корреляции показывают, что более всего подвержено влиянию перечисленных показателей мужское население. В связи с этим перед сотрудниками туристских компаний,

которые специализируются на продвижении активных видов туризма стоит задача – поиска возможности компенсации негативного влияния среды и восполнение человеческих ресурсов. Одно из решений и есть широкое распространение в обществе занятий активными видами туризма как элемента здорового образа жизни.

Список использованных источников

1. *Беляев В.С.* Здоровье, экология, спорт. М., 1995.
2. *Дубровский В.И., Рахманин Ю.А., Разумов А.Н.* Экогигиена физической культуры и спорта. М., 2008.
3. *Морозов В.Н.* Защита населения от неблагоприятного влияния окружающей среды через развитие сферы физической культуры и спорта / Вестн. спортивной науки. 2011. №6.
4. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок: монография. Краснодар, 2014.
5. Рекреационные ресурсы. Ч.2. Условия и ресурсы отдыха и туризма. Ростов н/Д, 1982.
6. *Туманян Г.С.* Здоровый образ жизни и физическое совершенствование. М., 2006.
7. *Ярмолюк Е.* Экологический маркетинг в современном олимпийском спорте / Наука в олимпийском спорте. 2007. №2.

М.В. Борисова

МОТИВЫ ВЫБОРА МЕСТ ОТДЫХА КАК НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В САНИТАРНО-КУРОРТНОМ ОЗДОРОВЛЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВЕРХОВЬЯ Р. КУБАНЬ)

Северо-Кавказский федеральный университет

Summary: The article examines the motives of visiting small territorial recreation systems that are necessary for the organization of spa complex.

Keywords: small territorial recreation system, spa complex, choice of motifs.

Понимание, знание и использование туристских мотивов, которые влияют на выбор конкретного туристского продукта, залог

успешного функционирования туристского объекта, продвижения и популяризации туристского направления.

На Северном Кавказе существуют исторически сложившиеся территориально-рекреационные системы (ТРС) – Кавказские Минеральные Воды, горные районы Карачаево-Черкесской и Кабардино-Балкарской республик (Домбай, Теберда и Приэльбрусье). В настоящее время в этих туристических районах хорошо развито санаторно-курортное оздоровление в виде аэротерапии, гемотерапии, дозированной ходьбы, ландшафтотерапии, внутреннего применения минеральных вод, бальнеолечения и т.д. Необходимо изучать потоки отдыхающих, которые направлены в эти регионы, и выявлять мотивы их поведения для выработки рекомендаций, способствующих развитию курортов и максимальному удовлетворению спроса на все виды рекреационной деятельности.

Учитывая виды рекреационной деятельности в этих ТРС, туристические мотивы можно объединить в несколько блоков: познавательный интерес, формирование определенных умений и навыков, возможность восстановить физические силы, эстетическое восприятие, экономический мотив [1].

Для выявления мотивов отдыха в горных ландшафтах было выбраны ТРС Карачаево-Черкесской республики, расположенные в верховья Кубани, в частности баз отдыха «Махар», «Глобус» и учебная база Карачаево-Черкесского государственного университета. Данные объекты обладают хорошим природным потенциалом, для организации санаторно-курортного оздоровления.

Махарская поляна, где находится база отдыха «Махар», расположена на высоте 1650 м над у. м. в среднегорьях Бокового хребта. В рельефе поляны преобладают палеогляциальные формы рельефа. Климат среднегорий с умеренно-теплым летом и холодной снежной зимой, который определяется господством доминантного геоботанического пояса елово-пихтово-сосновых (с преобладанием сосны) лесов. Высокогорные территории района формируются на высоте 2300–2900 м н. у. м. с преобладанием высокогорных лугов.

Для определения мотивов отдыха людей на территории горно-природного комплекса Махар в летний период проводился социологический опрос. Анкета состояла из 17 вопросов с вариантами ответов, которые можно разделить на 3 блока: 1-ый – *вводный* (возраст, пол, место жительства, сфера занятости, длительность отдыха); 2-ой – *мотивы посещения данного объекта*; 3-

ий – *виды рекреационной деятельности*, которыми планируют заниматься туристы.

Опрос проводился в июле 2013 и 2014 гг. на трех функционирующих туристических базах, а также среди неорганизованных туристов. Количество опрошенных – 200 чел.

По данным анкетирования в Махар приезжают в основном население двух возрастных категорий: молодежь 18–29 лет (42%) и трудоспособное население 30–55 лет (23%). Данный горный комплекс посещает население, проживающие в пределах Северного Кавказа (Ставропольский край, Карачаево-Черкесская республика и Ростовская область). Меньше туристов из других регионов РФ – Московской области и Москвы (8,8%). Продолжительность пребывания составляет от нескольких дней до недели.

Можно назвать следующие мотивы посещения Махара:

– *познавательный интерес*, т.к. захотел познакомиться с Махаром, решили освоить новое место отдыха, приехали отдохнуть и познакомиться с новыми людьми (20,6%);

– *формирование отдельных умений и навыков,* совершать ближние экскурсии в горы, ходить в дальние походы (25%);

– *возможность восстановить физические силы* и сменить обстановку. Этот ответ стал наиболее популярным среди туристов (29,5%);

– *эстетическая привлекательность природных ландшафтов* – природа, ее пейзажи, грибы, ягоды, нарзаны, озера, водопады, чистый воздух и вода (15,9%);

– *экономические мотивы*, так как на отдых готовы потратить в пределах от 2 до 5 тыс. руб. (9,1%).

В числе наиболее важных видов рекреационной деятельности можно отметить лечебно-оздоровительные: ближние пешие прогулки на нарзановый источник, к р. Махар, на Джалпаккольскую поляну, принятие солнечных ванн и водных процедур. Возможны дальние походы к «Чертовой мельницы», озерам Джлпаккола, г. Ак, оз. Уллу-Кель.

В опросе оценивали самочувствие туристов по пятибалльной шкале после выбранного вида отдыха. Большая часть посетителей (90,3%) оценили свое самочувствие на 5 баллов, указывая на эмоциональный восторг.

Проведенный социологический опрос позволяет выявить основные мотивы выбора мест отдыха в высокогорных и

среднегорных ландшафтах Западного Кавказа, что позволяет принять необходимые решения для улучшения качества обслуживания, благоустройства инфраструктуры и грамотного ландшафтного планирования в развитии санаторно-оздоровительного лечения на данной территории.

Список использованных источников

1. *Шальнева Н.Л., Шальнев В.А.* Рекреационная деятельность (на примере Архыза) / Исследования Кавказской территориально-рекреационной системы. Ставрополь, 1978.

И.С. Калустова, Т.А. Волкова

БИОПОЗИТИВНОСТЬ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ ГОРОДА КАК РЕСУРС ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Summary: One of the factors that attract tourists, can serve as a smart city concept. "Smart" greening projects - is vegetation that creates the aesthetics and best survives; elements of landscape design, floral patterns and shapes, vertical gardening, planting roofs of buildings and structures.

Keywords: tourism, tourist resources, smart city, landscaping

Краснодарский край – один из наиболее привлекательных в туристическом плане регионов России. Край является центром оздоровления, отдыха и туризма, располагающим сетью разнообразных предприятий, специализирующихся на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительного, морского, водного, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

Существует множество ресурсов туризма. Туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [4].

Одним из факторов, привлекающих туристов, может послужить концепция умного города. Путем внедрения данной концепции, можно добиться повышения уровня туристской заинтересованности в г. Краснодаре. Концепция умного города – теоретическое перспективное развитие города – зародилось в виде ответов на такие вопросы современности, как ухудшение экологической ситуации, обострение проблем обеспечения социальной безопасности, транспортные пробки и т.д. [1]. Наиболее простым способом воплощения умного города является новое строительство на ранее неосвоенной территории. Понятие умного города формирует бренд города, привлекает туристов своей новизной и индивидуальностью. При трактовке смысла умного города акцент делается не столько на интеллектуальных технологиях, сколько на различных усовершенствованиях во всех сферах общественной жизни. Поскольку главное – обеспечить стратегическое развитие города как взаимосвязанных сфер жизнедеятельности (экономика, образование, туризм, культура и т.д.). Чтобы создавать на муниципальной территории «умный город», необходимо сосредоточить и распределить усилия, как минимум, по шести направлениям: умная экономика, умная мобильность, умная городская среда, умные люди, умное проживание и умное управление [1].

Важнейшим направлением является умная городская среда. В понятие умной городской среды следует включить, с одной стороны, природу, а с другой – архитектуру. Природа и архитектура умного города должны находиться в гармонии друг с другом. В рамках концепции умного города основное требование к среде – экологичность. «Умные» проекты по озеленению – это растительность, которая создает эстетику и лучше всего приживается; элементы ландшафтного дизайна, растительные узоры и фигуры, вертикальное озеленение, озеленение крыш зданий и сооружений.

В настоящее время проблемы экологии городских поселений приобретают особо важное значении в сфере вопросов, связанных с развитием градостроительных систем. Интенсификация процессов детериорации, особенно остро проявляющихся на территории городов, оказывает негативное влияние на экологическое состояние среды, в которой существует человеческое сообщество. Выбросы вредных веществ в атмосферу, насыщение почвы тяжелыми металлами, загрязнение водоемов, уничтожение зеленых насаждений – все это, в конечном счете, отрицательно сказывается на здоровье

людей, живущих в городах. Необходимым условием решения данных проблем является формирование, развитие и сохранение экологической системы озелененных территорий города.

Актуальные экологические проблемы современных городов необходимо решать на градостроительном уровне. Только применение комплексных градообразующих методов поможет решить проблемы нехватки озеленения современных городов. Гомогенные элементы городской среды поглощают озеленение города, ухудшая его экологические характеристики. Рост населения и уплотнение городской застройки придает особую важность проблеме создания зон экологического комфорта. На одном из первых мест в устойчивом строительстве стоит придание зданиям и инженерным сооружениям биопозитивных свойств.

Биопозитивность зданий и инженерных сооружений – это их способность органично вписываться в природную среду (в экосистемы) и не быть отторгаемыми экосистемами, не разрушать и не загрязнять природную среду, восстанавливать природу, быть приспособленными (биоадаптивными) для существования живой природы на наружных поверхностях зданий и внутри объемов сооружений, экономить ресурсы и не требовать для изготовления зданий невозобновимых ресурсов, не быть преградами на путях потоков веществ и энергии, не выделять неперерабатываемых природной средой загрязнений, создавать высокое качество жизни. Таким образом, биопозитивность зданий и инженерных сооружений – интегральное понятие, включающее в себя основные требования к природосберегающим и природовосстанавливающим объектам [2].

Устойчивое развитие города – это исключительно актуальная и многофакторная задача современности. Под устойчивым строительством понимается создание и ответственное поддержание здоровой искусственной среды обитания, основанной на эффективном использовании природных ресурсов и экологических принципах. Оно в значительной степени связано с экологизацией городов, с их экореконструкцией, с экологизацией человеческой деятельности в городах и экологизацией зданий и инженерных сооружений, экологизацией широкого круга человеческих потребностей. Экологизация городов, зданий и инженерных сооружений в свою очередь связана с целенаправленной реставрацией всех компонентов ландшафтов, с восстановлением экологического равновесия между городом и природной средой [3].

Серьезная проблема современных городов – отсутствие свободной земли и ее дороговизна. Между тем крыши остаются огромным невостребованным ресурсом для улучшения экологического состояния города. Растения на крышах способствуют уменьшению запыленности и снижению температуры на их поверхности. Кроме того, растительный покров уменьшает вредные электромагнитные излучения, защищая конструкции кровли и от ультрафиолетовых лучей. Большое значение имеет также шумозащитный эффект озелененных крыш. Мягкий и одновременно шероховатый растительный материал может снизить уровень шума от 2 до 10 дБ. При этом происходит естественная очистка воздуха, которая принимает участие в воздухо- и водообороте в природе.

В настоящее время важным направлением в развитии архитектуры города является выработка современных способов формирования биопозитивных «зелёных» зон. Благоустройство территории за счет такого озеленения позволяет поместить необходимое количество квадратных метров растительности на небольших участках городского пространства, использовать поверхности и территории ранее не задействованные для организации зеленых зон.

Краснодар входит в десятку самых загрязненных выхлопными газами городов России. Но также, он является важным центром развития юга России. В связи с этим, следует проводить мероприятия по улучшению и увеличению зеленых насаждений в городе. Это не только будет приносить полезный эффект - поглощение вредных веществ, но и поможет снизить температуру на несколько градусов в отдельных районах города. Одним из подобных мероприятий может стать озеленение общественных пространств, например, городских трамвайных остановок. Ввиду климатических особенностей г. Краснодара (продолжительное жаркое лето с высокими температурами воздуха и показателями влажности) современные остановки общественного транспорта являются недостаточно комфортными, по мнению горожан. Многие горожане жалуются на то, что остановки не дают необходимого уровня затенения, как крыши современных остановок из поликарбоната сильно нагревающегося в летний сезон. Создание остановок с озелененной крышей поможет решить ряд выше перечисленных проблем и повысит эстетическую привлекательность города. С учетом

постоянного видеонаблюдения, которое производится почти во всех районах города, данный вид постройки будет достаточно безопасным.

Целью мероприятия по озеленению городской среды в рамках концепции «Умный Город» является создание более комфортных условий проживания жителей и туристов г. Краснодара путем внедрения инновационной методики озеленения. Социальная значимость таких мероприятий весьма высока.

Необходимо строительство новых, современных остановок из прочных материалов, крыши которых будут выдерживать газон и дренаж: с крепкой крышей из стали; крепким металлическим каркасом; боковыми стенками из поликарбоната; водостоками; светодиодными лампами для освещения в темное время суток; удобной скамьей практически во всю длину остановки.

В настоящее время в городе Краснодаре и Краснодарском крае нет сооружений подобного типа. Также не существует в городе и предприятий предоставляющие услуги по озеленению крыш. В зарубежной практике накоплен большой опыт по проектированию и строительству «экосити», а также по реконструкции уже существующих зданий и комплексов с учетом использования экологических, биопозитивных принципов. Дополнительно конструкция и дизайн *остановочных павильонов* могут быть адаптированы для размещения светодиодной подсветки названия остановки; интерактивных табло (информация о времени прибытия транспорта); систем видеонаблюдения и тревожной кнопки; систем электронной оплаты услуг; рекламных и информационных коробов.

Работы по реализации проекта могут проводиться за счет государственного финансирования или с привлечением инвесторов, также возможно государственно-частное партнерство (ГЧП).

Как правило, ГЧП предполагает, что не государство подключается к проектам бизнеса, а, наоборот, государство приглашает бизнес принять участие в реализации значимых для общества проектов. Таким образом, в понимании концепция умного города не сводится только лишь к выстраиванию интеллектуальных сетей, а предполагает целенаправленные меры и следующие за ними позитивные изменения практически во всех ключевых сферах жизнедеятельности города. С воплощением данной концепции, город Краснодар сможет привлечь еще большее количество туристов, повысить свою популярность и улучшить экологические показатели [1].

Список использованных источников

1. *Боженов С.А., Данакин Н.С., Харченко К.В.* Белгород как «умный город»: от идеи к дорожной карте / Среднерусский Вестн. обществ. наук. 2014. №6(36).
2. *Исходжанова Г.Р., Трунова Д.И.* Озеленение городских пространств как принцип устойчивой архитектуры / Вестн. КРСУ. Т.13. 2013. №7.
3. *Саяпина Д.Г., Коробий Е.Б.* Озеленение городов: биопозитивность зданий и сооружений / Новые идеи нового века: Т.3. Благовещенск, 2014.
4. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012). «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» / СПС КонсультантПлюс.

С.В. Кириличева, А.А. Филобок

МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Краснодарский художественный музей им. Ф.А. Коваленко
Кубанский государственный университет

Summary: This article discusses current issues of Museum tourism development in the Krasnodar region, with examples of the most interesting places.

Keywords: Museum tourism, Development and promotion of cultural tourism in the system of tourist-recreational complexes, tourist product

Музейный туризм является разновидностью туризма, специфика которого заключается в использовании туристского потенциала музеев и прилегающих к ним территорий. Однако есть мнение, что музейный туризм – это такая деятельность, в рамках которой музей начинает, кроме своей внутренней экскурсионной работы, заниматься туристическим освоением близлежащих территорий [4]. По этой гипотезе, музей может исполнять функции туроператора, коим, естественно, не является. С другой стороны, многие музеи в поисках

новых способов коммуникации с посетителями и дополнительных источников финансирования начали «поглядывать» в сторону развития собственного турбизнеса.

По справедливому замечанию В. Дукельского, для того чтобы заниматься туризмом, музею нужно стать турфирмой. Настоящей турфирмой ни одному музею стать не удалось, несмотря на то, что сравнительно удачные проекты в области музейного туризма в 2000-е гг. все же были реализованы. Например, музей художественной культуры Новгородской земли «Синий кобальт уходит в музей», проект «Карельские каникулы» – создана сеть информационно-туристических центров при музеях Карелии, самый популярный «Кижи».

Музеи примеряли на себя не только одежды туроператора. В отдельных проектах можно было видеть музеи в качестве субъектов по размещению, трансферу, информационному обслуживанию. Нельзя сказать, что эти проекты были неудачными, но ни один музей так и не стал в полной мере оператором туризма. Поэтому сегодня музейно-туристский продукт создается музеями и туроператорами, которые при этом остаются самостоятельными. Конечно же, существуют проблемы в создании такого продукта [1].

Первая – безусловно, проблема коммуникации. Как правило, музеи берутся за создание турпродукта, абсолютно игнорируя актуальные запросы рынка. Им кажется, что любой их проект должен быть в обязательном порядке востребован туриндустрией. Музеи редко изучают реальный спрос, еще реже вдаются в особенности формирования турпакетов, ценообразование, логистику и т.д. Одним словом, они под видом создания турпродукта на самом деле воспроизводят свою рутинную деятельность, неважно, идет ли речь об экспозиции или о новой экскурсии. Точно так же зачастую и представители турбизнеса требуют от музеев невозможного, исходя исключительно из своих деловых принципов. Поэтому музеям надо всегда начинать с обсуждения с представителями турбизнеса их будущего турпродукта, искать и находить компромиссы [1].

Вторая проблема – это креатив. И здесь, казалось бы, музеи должны находиться в преимущественном положении, ведь они все-таки институты культуры, организации, по определению более близкие к творчеству, чем бизнес. Однако им нужно создать не только музейный продукт, но и в полной мере рыночный конкурентоспособный продукт. Тогда как специалистов –

менеджеров по туристским продуктам, бренд-менеджеров, маркетологов в штатах музеев, не оказывается. Поэтому проблема креатива и вообще разработки турпродукта успешно решается только в результате сотрудничества музея с креативными и бизнес-агентствами.

Пример – проект Краснодарского края – выставочного комплекса под открытым небом «Атамань», который представляет собой этнокомплекс, где можно познакомиться с наследием казаков. Когда этот комплекс заявил о начале работы, у него сразу появилось пространство для выстраивания отношений с самыми разными партнерами: и турбизнесом, и производителями сувенирной продукции, нуждающимися в продвижении, и СМИ, для которых это новая тема, и частными коллекционерами, и властями, и местным сообществом. Поэтому, действительно, партнерские связи являются необходимым условием для формирования и продвижения не только туристского, но и любого музейного продукта.

В вопросах пропаганды культурного наследия Кубани, организации досуга населения, эстетического воспитания детей и молодежи, музеи и музейные комплексы постоянно сотрудничают со СМИ, министерством туризма и турфирмами края. Министерством культуры Краснодарского края регулярно организовывались брифинги, пресс-конференции с целью освещения выставочных проектов, фестивалей и конкурсов, и культурных акций, например, таких как «Ночь музеев». Только в 2014 г. было организовано более 1,5 тыс. выставок, в том числе за рубежом, например, в Италии экспозиция «Кандинский: художник как шаман», созданная из фондов Краснодарского художественного музея им. Ф. Коваленко.

Музеи Краснодарского края очень разнообразны – музеи искусств, музеи-заповедники, краеведческие, изобразительных искусств, художественные, и современные музеи. Например: Арт-галерея «Prima-Юг» и музей-крейсер «Михаил Кутузов» в Новороссийске. Галерея «Белая лошадь» в Геленджике, все экспонаты которой сделаны из мусора. В городе-курорте Сочи Богатый Кубанский край Дом-музей «Дача Сталина», литературно-мемориальный музей Н. Островского, Музей спортивной славы посвящён развитию города и переменам, которые принесли ему Олимпийские игры в 2014г. в Новороссийске. Музей шампанского «Абрау-Дюрсо» в п. Абрау и озеро с тем же названием. Старотитаровский музей казачьего быта и другие.

Особой популярностью пользуются музеи под открытом небом, которые не подразумевают длительного нахождения взаперти и осмотра бесконечных запылённых артефактов. Таков, например, музей под открытым небом «Атамань». В п. Кабардинка музей «Город кубанских мастеров», который расположен в парке. Анапский музей «Горгиппия» – единственный в России археологический раскоп, который можно осмотреть. Сегодня в Горгиппии можно увидеть целые кварталы старинных улиц античного города с руинами домов и находками, обнаруженными здесь. Сад-музей «Дерево Дружбы», который находится в Сочи [2].

Впрочем, не только Сочи может заинтересовать путешественника своими музеями. Каждый даже самый маленький поселок в Краснодарском крае – это самобытный уголок, в котором наверняка найдется музей, запомнившийся туристу чем-то особенным. Специфика музея заключена, прежде всего, в том, что он обеспечивает непосредственный контакт с культурой региона [3].

Всего в музеях Краснодарского края хранится и экспонируется более 1260 тыс. подлинных предметов искусства, исторических артефактов и природных объектов. Поэтому музейный туризм в Краснодарском крае имеет все возможности (развитую сеть и огромный фонд) и предпосылки (растущий туристический поток в регион) стать одним из приоритетных направлений диверсификации туристского продукта в регионе. Если же не будет разработана маркетинговая стратегия, то музейный турпродукт так и останется на прежнем уровне востребованности.

Список использованных источников

1. Мир музея иллюстрированный художественный и исторический журнал. URL: http:// www.mirmus.ru/arch2011.html.

2. Музеи Краснодарского края. URL: http://tonkosti.ru/

3. *Кириличева С.В., Филобок А.А.* Перспективы использования музеев в сфере социально-культурного туризма (на примере «Краснодарского художественного музея им. Ф.А. Коваленко») / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2013.

4. *Кириличева С.В.* Музейный туризм как новая форма деятельности художественного музея / Коваленковские чтения 100+10: Юбилейный выпуск (8). Краснодар, 2014.

С.А. Клепикова

ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА «MARISOL», Г. ПРИМОРСКО-АХТАРСК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Администрация муниципального образования Приморско-Ахтарский район Краснодарского края

Summary: In the context of the ecological crisis is an issue today reduce fuel consumption. This is facilitated by the use of energy-efficient technologies not only in manufacturing but also in the hospitality industry.

Keywords: hotel, heating, energy-saving technology, heat pump.

В условиях экологического кризиса сегодня остро стоит вопрос уменьшения потребления топливных ресурсов. Этому способствует применение энергосберегающих технологий не только на производстве, но и в гостиничном бизнесе.

Большая часть народонаселения СНГ пока не знакома с понятием «тепловой насос», но непрерывно употребляют термонасосы в обыденных холодильниках и кондиционерах. Геотермальный тепловой насос по принципу работы схож с обыденным кондиционером реверсивного типа (они способны отапливать и остужать), но имеет расширенные функции и, в отличие от кондиционирующих установок, адаптирован для работы при всех погодных условиях и минусовых температурах. Основная проблема кондиционеров – убавление производительности и остановка их при минусовых температурах (когда отопление более важно) – решена в геотермальных тепловых насосах.

Тепловой насос – отопительное устройство, которое употребляется для производства тепла и в отношении которого действуют все законы сохранения энергии. Термодинамика действует как при отоплении газом, так и при управляемой через Интернет геотермальной теплонасосной установке. Практическую теплонасосную систему предложил лорд Кельвин в 1852 г. под названием «умножитель тепла».

В соответствии с принципом работы, тепловой насос берет тепловую энергию, перекачивает ее, и передает в иное место. К

примеру, в обыкновенном холодильнике тепло отбирается морозильной камерой из холодильника и выбрасывается в кухню, при этом задняя стена холодильника становится горячей.

При отоплении геотермальными теплонасосами, внешний блок вкапывается в землю либо погружается в озеро рядом со зданием. При этом, независимо от температуры воздуха во дворе, наружный блок остается вольным от льда, эффективность теплопередачи остается высочайшей. Принцип отопления геотермальными тепловыми насосами основан на сборе тепла из земли либо воды, и передаче собранного тепла отоплению строения. Для сбора тепла незамерзающая жидкость течет по трубе, расположенной в почве либо водоеме, к тепловому насосу. Тепловой насос, сходственно холодильнику, отбирает около 8 ^{0}С у незамерзающей воды, при этом жидкость охлаждается. Жидкость опять течет по трубе, восстанавливает свою температуру и поступает к тепловому насосу. Отобранные тепловым насосом градусы передаются системе отопления и/или на обогрев горячей воды [1].

В гостиничном комплексе» MariSol» используется насос с закрытым циклом и горизонтальным теплообменником, расположенным в земле – трубки (коллекторы), в которых прокачивается тепловой носитель, расположены горизонтально на глубине не менее метра от поверхности земли. Главной угрозой является неосторожность при проведении землекопных работ в зоне нахождения почвенного коллектора. Для гостиничного комплекса «MariSol» с отапливаемой площадью в 2754 м^2 под основание коллектора требуется около 1101,6 м^2 поверхности грунта. При прокладке коллектора поблизости деревьев трубу коллектора не нужно укладывать ближе, чем 1,5 м от кроны. Правильно выбранный по размерам и верно уложенный почвенный коллектор не влияет плохо ни на рост растений, ни на экологические условия.

Проведение теплотрассы к гостиничному комплексу обошлось бы в 2010 г. 4,5 млн руб. Капитальные вложения в теплотрассу не дают прибыли и неэффективны. Установка 4 (двух больших и двух малых) геотермальных тепловых насосов обошлась в 4 млн руб., которые за пять лет полностью окупятся и начнут приносить экономию при оплате коммунальных услуг. Экономическая выгода от применения геотермальных тепловых насосов очевидна:

Геотермальный тепловой насос потребляет 15 к Вт/ч, а выдает тепла – 45 кВт/ч. (1 кВт/ч = 859,8 ккал/ч), отсюда следует, что его

эффективность – 300%. Рассчитана экономическая эффективность при оплате коммунальных услуг в гостиничном комплексе «MariSol»:

35,77 руб. – стоимость оплаты 1 м^2 жилой площади по действующим на 15.12.2014 г. тарифам.

516,29 руб. – стоимость подогрева воды.

2754 м^2 х 35,77 = 98510,58 руб. – стоимость отопления в месяц (с 15 октября по 15 апреля) 98510,58 х 6 мес. = 591063,48 руб.

24 х 516,29 = 12390,96 руб. – стоимость подогрева воды в месяц при 50% загрузке гостиничного комплекса.

12390,96 х 12 = 148691,52 руб. – стоимость подогрева воды за год при 50% загрузке гостиничного комплекса.

591063,48 + 148691,52 = 739755 руб. – стоимость отопления и подогрева воды за год в гостиничном комплексе.

Окупаемость оборудования наступает через 5,4 года:

4 000тыс. руб. : 739755 руб. = 5,4 года. После завершения периода окупаемости оборудования экономия на коммунальных платежах по ценам 2014 г. составляет 739755 руб. за год.

Основной экономический эффект от применения геотермальных тепловых насосов получается летом при кондиционировании (охлаждении) воздуха в помещениях. Тепло, выделяемое при охлаждении воздуха, идет на нагревание воды, используемой для бытовых нужд (используется проживающими в гостинице в целях личной гигиены).

Преимущества геотермального теплового насоса:

– *Максимальная автономность и независимость*. Тепловому насосу требуется лишь электричество (которое требуют и все иные виды отопительных систем). Не нужно закупать дорогостоящее топливо, решать вопросы его хранения и поставок. Геотермальное отопление способно сэкономить время и средства.

– *Системы геотермального отопления* имеют круглогодичные стабильные характеристики и не зависят от внешних погодных условий.

– *Геотермальное отопление имеет высокий КПД*. На 1 кВт потраченного электричества тепловой насос дает 4–6 кВт тепловой энергии или 3–4 кВт мощности охлаждающей системы.

– *Низкие затраты электричества*. 17-кВт тепловой насос с легкостью обогреет помещение площадью 350 м^2, затратив при этом 5 кВт электроэнергии в час при работе всего 12 ч. в сут.

– *Длительный срок эксплуатации.* Грунтовые зонды работоспособны в среднем 50 лет, компрессор – 30 лет и может быть легко заменен. Геотермальный тепловой насос неприхотлив и не требует постоянного дорогостоящего обслуживания. Отопление здания происходит без постоянного вмешательства человека, работает автономно. Обслуживание такого оборудования заключается в сезонном техническом осмотре и периодическом контроле режима работы.

– *Тепловой насос* создает максимально комфортные условия всем проживающим в гостинице. Его работа не сопровождается шумом, колебаниями температуры или влажности. Позволяет использовать низкотемпературное отопление в системе обогрева полов.

– *Тепловой насос абсолютно взрыво- и пожаробезопасен*. В результате его работы не выделяются никакие вредные выбросы вроде CO или NOX. Геотермальная отопительная система максимально экологична.

– Возможность использовать *одно и то же геотермальное оборудование и для отопления, и для кондиционирования.*

– *Геотермальному тепловому насосу* не нужен дымоход. Кроме того, отсутствуют громоздкие внешние блоки, которые могли бы испортить фасад либо интерьер гостиницы. После установки грунтовых зондов нет никаких ограничений на озеленение или ландшафтный дизайн.

– *Скважины под зонды требуют минимум площади*. Они надежны, после их инсталляции повредить их невозможно [2].

Список используемых источников

1. Геотермальные тепловые насосы: принцип работы. URL: alternativenergy.ru

2. Расчет мощности теплового насоса. URL: www.netgaza.ru.

С.В. Кощеев

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ВНЕДРЕНИЕМ ИННОВАЦИЙ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Сочинский государственный университет

Summary: The manage peculiarities of the institution of the recreation industry are considered in the article. By virtue of the research results the controlling model of process of introduction of innovations in the institution of the recreation industry activity is formed. Peculiarities of the organization of the given process are considered.

Keywords: innovation; novelty, the controlling mechanisms, the controlling model.

На современном этапе развития рынка санаторно-курортных услуг успех оздоровительного учреждения решают инновационные проекты, основанные на современных оздоровительных (восстановительных) технологиях, которые обеспечивают высокую прибыль, благодаря их оздоровительной и/или лечебной эффективности и минимизации затрат.

Известно, что инновации в оздоровлении связаны с переходом от системы, ориентированной преимущественно на лечение заболеваний, к системе, основанной на профилактике заболеваний и повышении функциональных возможностей организма. Успешное внедрение новых медицинских (оздоровительных) технологий и услуг зависит от системы менеджмента (по оценкам специалистов причины более 85% проблем носят системный характер). Поэтому инновации в системе управления санаторием на основе современных стандартов существенно повышают результативность как новых технологий, так и существующих лечебно-оздоровительных программ.

Можно констатировать, что к настоящему времени выполнено определенное количество научных работ по управлению инновационным развитием предприятий различных сфер народного хозяйства, однако в области оздоровления населения эта проблема не нашла должного решения. Разработанные механизмы и модели управления инновационным развитием организаций оздоровительной

сферы не рассматривают процесс внедрения новых оздоровительных услуг (технологий) как системный процесс, соединяющий управленческий и производственный уровень в единую модель, ограничиваясь созданием моделей управления инновационной деятельностью на управленческом уровне. Но, как известно, проблемы при внедрении инноваций встречают препятствие именно на исполнительском уровне

Предварительный статистический анализ показал, что содержание готовности учреждения к инновациям может быть представлено в семи вариантах [1]:

I. Готовность последовать за лидером. Если преобладает данный аспект готовности к инновациям, то работник поддерживает организационное новшество при условии, что есть лидер, который будет объяснять, брать на себя ответственность, контролировать.

II. Готовность при условии материального вознаграждения. Данный работник будет активно поддерживать инновацию и прикладывать усилия, если она, в его представлении, сулит материальную выгоду. Для таких работников, даже если реальная выгода не гарантирована, необходимо создать ощущение, что вознаграждение возможно.

III. Готовность при условии возможности взять на себя ответственность за инновацию. Есть работники с ярко выраженными лидерскими наклонностями, которые поддержат новшество, если оно помогает реализовать им себя как руководителя, взять на себя ответственность за дело.

IV. Готовность при условии личностной и профессиональной самореализации. Работник готов поддержать новшество, инновацию, если она, в его представлении, связана с личностной и профессиональной самореализацией, поможет ему почувствовать себя профессионально выше.

V. Готовность при условии отсутствия серьезных изменений. Работник готов поддержать инновацию, если она в его представлении не несет ощутимых изменений в привычной деятельности.

VI. Готовность на основании прошлого опыта. Работник поддерживает инновации, поскольку они связаны с успехом участия в инновациях в прошлом.

VII. Готовность на основе позитивного эмоционального восприятия всего нового. Данный работник в принципе хорошо воспринимает все новое и на первых стадиях внедрения инновации

он будет ее поддерживать, но если чувство новизны «сойдет на нет», он может «переключиться» на что-то другое.

В вопросе построение системы управления процессом внедрения инноваций в деятельность оздоровительных организаций (ОО) следует исходить из того, что наиболее перспективным представляется создание указанной модели на основе дифференцированного подхода [2]. Формируемая система должна состоять из трех последовательных (ступенчатых) механизмов управления инновационным развитием ОО, каждый из которых будет отражать процесс управления инновационной деятельностью на различных производственных уровнях (рис.1):

– механизм управления инновационным развитием ОО (управленческий уровень);

– механизм управления инновационной деятельностью организаций оздоровительной сферы (управленческий уровень (среднее звено));

– механизм внедрения инноваций в процесс производства оздоровительных услуг (производственный уровень).

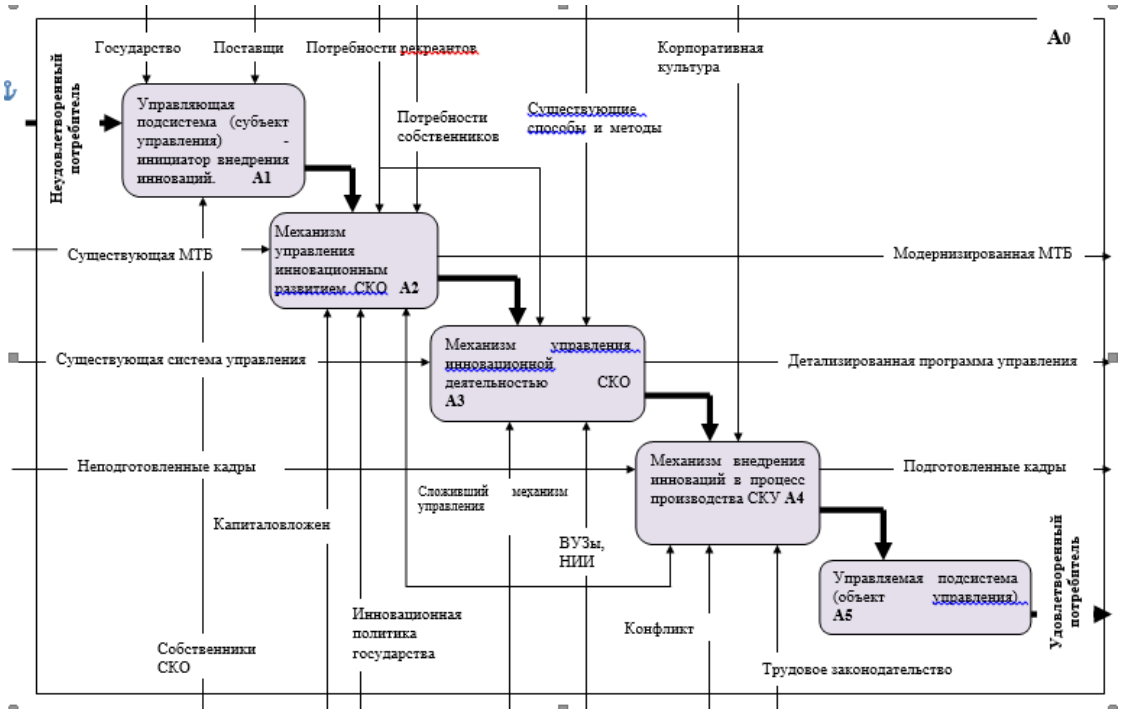

Рис. 1 – Система управления процессом внедрения инноваций в деятельность оздоровительных учреждений

Разработанная модель управления процессом внедрения инноваций в деятельность санаторно-курортных организаций

сформирована с учетом особенностей присущих функционированию ОО и предоставляемых ею услуг; позволит хозяйствующим субъектам санаторно-курортной сферы внедрять новые виды услуг с наименьшими временными и финансовыми затратами, оптимизации управленческих решений административного аппарата ОО, что может стать решающим конкурентным преимуществом на рынке оказания санаторно-курортных услуг.

Данный подход позволит эффективно управлять процессом внедрения инноваций в предоставлении оздоровительных услуг на различных предприятиях и оперативно им управлять.

Список использованных источников

1. *Загашев И.О.* Психологическая готовность к инновациям как условие эффективности внедрения системы управления качеством / Изв. Самарского научн. центра РАН. Т.12. 2010. №5(2).

2. *Кощеев С.В.* Модель управления процессом внедрения инноваций в деятельность санаторно-курортных организаций / В мире научных открытий. Т.15. 2011. №3.

В.Р. Маркарян

ЭТНОСОЦИАЛЬНАЯ И ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА КАК СПЕЦИФИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Филиал в г. Краснодар

Summary: The paper discusses the role of geostrategic and ethnoeconomic factors in the development of regional social and economic systems. The change of the external macroeconomic environment of Russian regions requires development of new approaches to regional management.

The prospective areas of improving the system of priorities for regional target programs of social and economic development are substantiated in the context of transition from the sectoral to functional (horizontal) approach to their formation for peripheral regions, including the Krasnodar Territory.

Keywords: integration and globalization; conventional production factors; geostrategy; geoethnoeconomy, development priorities; geoethnoeconomic potential.

В современных условиях глобализации в развитии ряда периферийных регионов Юга России все большее значение приобретают геоэкономические и этноэкономические факторы, которые формируют геоэтноэкономический потенциал данного региона. Данный потенциал является одним из компонентов общего экономического потенциала региона и в настоящее время его резерв практически не используется. В то же время для периферийных регионов, в частности, для Краснодарского края, одним из основных приоритетов развития является туристско-рекреационный комплекс, который в настоящее время довольно сложно конкурирует с зарубежными и внутринациональными рекреационно-ориентированными территориями [1].

В условиях, когда для современных туристов все большее значение приобретают культурные этнонациональные особенности, это означает, что развитие геоэтноэкономического потенциала региона целесообразно осуществлять на основе коммуникативно-когнитивного подхода, который предполагает целенаправленное воздействие на коллективное мышление этнических групп территории с целью активизации их экономической деятельности в сферах, обеспечивающих формирования культурно-полиэтнического имиджа региона на международных и внутринациональных туристских рынках. Практическая реализация мер, направленных на развитие геоэтноэкономического потенциала региона на основе предложенного подхода, предполагает дополнение существующих концепции и стратегии развития Краснодарского края за счет функционального (горизонтального) приоритета «Развитие геоэтноэкономического потенциала на основе его социально-культурной инфраструктуры», а также разработку системы мер и инструментов вовлечения частного сектора в реализацию геоэтноэкономических приоритетов развития региона.

Современные тенденции усиления процессов интеграции и глобализации приводят к развитию следующих параллельных процессов: усилению геополитических факторов при формировании единого экономического пространства стран и регионов; повышению значимости расширения внешнего взаимодействия региональных социально-экономических систем с аналогичными им территориальными образованиями; росту значимости внутренней экономической обстановки регионов в реализации их стратегий развития [2].

В контексте проблематики развития ряда приграничных и периферийных регионов Юга России это означает повышение значимости геополитических факторов и их современных характеристик в развитии данных регионов. Особенности геостратегического расположения региона и этноэкономических институциональных условий развития предпринимательской среды региона могут быть рассмотрены как новые ресурсы (источники) повышения конкурентоспособности региональных социально-экономических систем, образующие в совокупности некий геоэтноэкономический потенциал региона, который в настоящее время используется недостаточно эффективно. Исследование проблематики повышения эффективности использования геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) региона с целью выработки конкретных практических предложений по вовлечению их в региональный воспроизводственный процесс требует формирования соответствующей теоретической, методологической и инструментарной основы.

Геоэтноэкономические ресурсы представляют собой тот резерв развития периферийных регионов, который в настоящее время не используется эффективно и требует выработки новых подходов к их оценке и вовлечению в региональный воспроизводственный процесс. Однако в современной теории региональной экономики отсутствует четкое выделение данного типа ресурсов, в большинстве исследований они не рассматриваются как один из возможных элементов экономического потенциала региона. В то же время для периферийных регионов Юга России свойственно специфическое сочетание особого геополитического положения, дополняющегося многонациональным составом коренного населения, формирующее уникальную внутреннюю экономическую обстановку в регионе, что требует выделения геоэтноэкономических ресурсов и потенциала периферийных регионов в отдельную категорию.

Сформированные на территории периферийных регионов геоэтноэкономические ресурсы требуют целенаправленного управления ими с целью вовлечения их в региональный воспроизводственный процесс. Отсутствие четко определенной системы управления геоэтноэкономическими ресурсами приводит, как видно на практике, к целому ряду негативных последствий для экономики регионов Юга России: деградации трудовых ресурсов и человеческого капитала в целом, низкому уровню социально-

экономического развития большинства субъектов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, деградации их экономического потенциала, ограничениям внутренних источников социально-экономического развития, формированию очагов социально-политической напряженности [3].

Управление развитием геоэтноэкономических ресурсов (потенциала) периферийных регионов не может быть построено на обычных подходах, используемых для оценки эффективности использования других типов ресурсов региона (природных, человеческих, капитала), так как требует учета слабо формализуемых факторов, среди которых – этнические особенности менталитета и их влияние на предпринимательскую активность населения, этническая специфика неформальных институтов, сформировавшихся в этнических группах, этнический колорит и богатство историко-этнического культурного наследия.

В связи с этим требуется новый подход, обеспечивающий «взгляд сверху» на вышеназванные аспекты и позволяющий найти общие для всех этнических групп специфические свойства, обеспечивающие реализацию их геоэтноэкономического потенциала. К таким свойствам следует отнести: востребованность историко-культурных аспектов жизни и хозяйственной деятельности малых этнических групп на мировых туристских рынках; наличие предпринимательской активности априори в каждой из этнических групп; распространение образа мышления и неформальных институтов внутри каждой из этнических групп по сетевому принципу; существенное влияние этнической идентификации на принципы и сферы хозяйственной деятельности экономических субъектов. Это позволяет говорить о возможности применения коммуникативно-когнитивного подхода к управлению геоэтноэкономическими ресурсами, позволяющего использовать целенаправленное воздействие на коллективное мышление этнических групп с целью активизации их экономической деятельности в сферах, обеспечивающих формирования культурно-полиэтнического имиджа региона у потенциальных потребителей туристско-рекреационных услуг (зарубежных и российских) [4].

Список использованных источников

1. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 г. URL: http://www.krasnodar.ru/content/592/
2. *Маркарян В.Р.* Инвестиционный фактор в реализации национальных проектов / Региональная экономика – теория и практика. №2(95). 2009.
3. *Маркарян В.Р.* Современные проблемы экономической безопасности: региональный аспект / Национальные интересы – приоритеты и безопасность. 2009. №1(34).
4. Разработка методики оценки эффективности рекламной деятельности по продвижению санаторно-курортного и туристского потенциала Краснодарского края: отчет НИР (проект Министерства курортов и туризма Краснодарского края № 01201450215).

М.Л. Некрасова, Н.В. Краснова, И.А. Романова

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Кубанский государственный университет

Summary: Ecological tourism as the most balanced type of tourist activity in the long term has to become the steadiest and demanded Russian tourist product. Ecological tourism will allow to diversify an internal tourist product.

Keywords: ecological tourism, Russian tourist product, diversification strategy, internal tourism.

Экологический туризм как наиболее сбалансированный вид туристской деятельности в перспективе должен стать наиболее устойчивым и востребованным российским туристским продуктом.

Объектами экологического туризма являются природные, культурные достопримечательности, природные и антропогенные ландшафты при условии, что традиционная культура составляет единое целое с окружающей средой, которые и объясняют существующее разнообразие направлений экотуризма.

В развитии экотуризма наиболее значимы познавательное, научное и спортивное направления [1]. Связь экологического туризма с природными территориями, объектами истории, культуры и архитектуры, направленная на использование этих объектов в познавательных, образовательных, научных и иных целях, обусловливает многообразие видов экологического туризма. Их целесообразно разделить на два основных типа [2]:

1) экотуризм в границах особо охраняемых природных территорий (акваторий); разработка и проведение таких туров – это классическое направление в экотуризме, соответствующие туры относятся к экотурам в узком значении данного термина;

2) экотуризм вне границ особо охраняемых природных территорий (акваторий); к этому типу туров относится весьма широкий спектр видов экологически ориентированного туризма (в том числе познавательного, активного, экстремального и т.д.).

Экологические туры можно классифицировать по многим признакам (по способу передвижения, составу участников, продолжительности, отношению к границам страны проживания туристов). К важным классификационным признакам относятся возраст, состояние здоровья участников и численность групп. Вполне понятно, что программы туров и их организационные особенности будут принципиально различными для детских походов и для экспедиций, рассчитанных на взрослых людей, равно как и для малых компактных и для больших групп участников.

Приведенная классификация лаконична и удобна для выявления главных содержательных и организационных особенностей экологических туров, учет которых необходим и при их планировании, и при проведении.

В России представлены практически все формы экотуризма, однако в очень небольших объемах. Наиболее массовая форма – однодневные экскурсии экологической направленности, совершаемые либо жителями городов, либо туристами, находящимися на курортах. Судить об этом позволяют сведения о посещаемости национальных парков страны. Немногие программы предусматривают активное вовлечение их участников в природоохранную деятельность.

Только некоторые из национальных парков имеют специальные экологические лагеря для детей. Правда, летние экологические лагеря становятся все более популярными в системе дополнительного

образования, где они инициируются, как правило, либо в системе станций детско-юношеского туризма, либо областных экологических школ.

Современную региональную структуру экотуризма России формируют следующие основные группы факторов [4]:

– местоположение особо охраняемых территорий, в первую очередь заповедников и национальных парков;

– разнообразие;

– биоклиматическая и экологическая благоприятность;

– удаление от центров расселения, служащих источниками доходов клиентов (этим определяется стоимость поездки), и транспортная доступность;

– инфраструктурная обеспеченность;

– известность и популярность регионов и маршрутов.

Принимая во внимание роль каждого из этих факторов, выделяют девять российских районов, благоприятных для развития экотуризма:

1. Алтайский;
2. Арктический;
3. Байкальский;
4. Дальневосточный;
5. Кавказский;
6. Камчатский;
7. Северо-Европейский;
8. Уральский;
9. Центрально-Европейский.

Концептуально экотуризм как направление туризма можно позиционировать следующим образом:

– отношение к природе (как девственной, так и окультуренной), основанное на использовании преимущественно возобновляемых природных ресурсов;

– не наносящее ущерба или минимизирующее ущерб окружающей среде;

– нацеленное на экологическое образование и просвещение, на формирование отношений равноправного партнерства с природой;

– заботящееся о сохранении социокультурной среды на маршруте;

– экономически эффективное и обеспечивающее устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

В этом контексте особое значение приобретают те компоненты стратегии развития экологически ориентированного туризма, которые нацелены на формирование экологической культуры туристов.

Важным фактором развития экологического туризма служит наличие особо охраняемых природных территорий, которые во всем мире широко используются для организации экологического туризма. При этом преследуется цель – обеспечение активного отдыха населения в природных условиях и воспитание адекватного восприятия природной среды, а также сбор доступной экологической и природоохранной информации во время пребывания на ООПТ.

На 15 января 2014 г. в Российской Федерации действуют [4]:

– 102 государственных природных заповедника общей площадью 33,8 млн га (1,6% от общей площади России);

– 46 национальных природных парков общей площадью 12 млн га (0,8% от общей площади России);

– 71 государственный природный заказник федерального значения общей площадью 13 млн га (0,8% от общей площади России);

– 28 памятников природы федерального значения общей площадью 0,04 млн га (0,002% от общей площади России).

Подводя итог, следует отметить, что туристский потенциал ООПТ колоссален. Грамотное и в то же время рациональное использование потенциала заповедников и национальных парков для проведения экологических туров – залог дальнейшего успешного развития природоохранных территорий. Экотуристские перспективы национальных парков и заповедников видны в наиболее планомерном использовании их ресурсов, выражающемся в проектировании и разработке экологических и эколого-культурных туристских маршрутов.

Особое внимание в развитии экологического туризма, в проектировании и разработке экологических и эколого-культурных туристских маршрутов следует обратить на синтез экологических и культурных сюжетов в единых турах и проектах. Важно также содействовать международному сотрудничеству туроператоров и экологов.

Список использованных источников

1. *Косолапов А.Б.* География российского внутреннего туризма. М., 2008.

2. *Кусков А.С., Арсеньева Е.И.* Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы: все о туризме. URL: http://tourlib.net/stattitourism/kuskovecotourism.htm.

3. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок. Краснодар, 2014.

4. Современная система ООПТ России. URL: http:// www.wwf.ru/about /what_we_ do/reserves/info/ststistics.

И.А. Романова, В.В. Анисимова, Т.А. Рововая

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВОЙ ТУРИСТСКИЙ РЫНОК

Кубанский государственный университет

Summary: Change of tourist demand towards internal tourism forces many tourist companies to come back to a question of creation, the organization and advance of an internal tourist product. There is a strengthened search of offers, resources are estimated and prospects miscalculate. Event tourism is considered as a perspective Russian tourist product for internal and entrance tourism.

Keywords: event tourism, statistics of entrance and departure of tourists, problems of event tourism, target audience of event actions.

Мировые социально-экономические и политические события, в которых участвует Россия, как одна из значимых стран мирового экономического сообщества, меняют поведение людей во многих сферах их жизни. Выбор направления отдыха в предстоящий летний сезон 2015 г. одна из сфер, где меняются приоритеты в спросе. Ростуризм опубликовал статистику выезда российских туристов за рубеж и въезда иностранцев в Россию за 2014 г. Статистика основана на данных Пограничной службы ФСБ России. По итогам года общее количество граждан, посетивших в 2014 г. зарубежные страны,

снизилось на 15% по сравнению с 2013 г. – с 54,1 млн до 45,9 млн. По служебным целям за тот же период выехало на 10% меньше россиян – 927 тыс. вместо 1 млн. Что касается прогнозов на 2015 г., то, по мнению участников рынка, возможны два варианта развития событий, которые зависят от курса рубля. В случае укрепления рубля относительно доллара и евро спрос вырастет на более дорогие путевки, прежде всего в Европу. Если же волатильность на валютном рынке продолжится, она будет способствовать дальнейшему перетеканию спроса в пользу внутреннего и бюджетного туризма. Внутренний туризм в России только в 2014 г. показал рост на 30–40%. По прогнозам агентства, в 2015 г. рост может составить от 30 до 50% [3].

Такая тенденция заставляет многие туристские компании возвращаться к вопросу создания, организации и продвижения внутреннего туристского продукта. Идет усиленный поиск предложений, оцениваются ресурсы и просчитываются перспективы. А значит исследование, посвященное событийному туризму как перспективному туристскому продукту круглогодичного типа, является актуальным и своевременным.

Однако, по данным Федерального агентства по туризму РФ, в структуре внутреннего российского турпотока событийный туризм занимает всего 1% (на одном уровне с паломническим и экологическим туризмом). Наибольшую долю традиционно составляет пляжный отдых (38%), на втором месте – деловой туризм (18%), на третьем и четвертом местах – спортивный (экстремальный) и оздоровительный (8 и 7% соответственно). Эти данные говорят о том, что сегодня событийный туризм в стране – крайне непопулярный вид отдыха [4].

Около 80% мировых событийных мероприятий приходится на страны Западной Европы и Северной Америки. По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций, в 2013 г. Россия заняла 35-е место в мире по количеству организованных международных событий. Лидерами в этом списке стали США и Германия. Для сравнения, в России было организовано только 48 подобных мероприятий, в США – 623, а в Германии – 542. Все это свидетельствует о том, что событийный туризм для России все еще остается сложным сегментом, требующим множества доработок.

В России существуют свои события, способные привлекать большое количество туристов из других городов и соседних стран.

Большинство мероприятий проходит в столице, в то время как успех региональных праздников остается скорее исключением из правил.

Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего. Если традиционный отдых подразумевает спокойное времяпрепровождение, то событийный туризм предполагает активное действие. Такая поездка несёт в себе активное интеллектуальное развитие, новые знакомства, открытие неизвестных ранее сторон жизни той или иной территории. По этим причинам приверженцами событийного туризма чаще всего становятся туристы в возрасте от 20 до 45 лет.

В событийном туризме можно выделить несколько тематических видов [1]:

1) фестивально-праздничный туризм: празднование Масленицы (города России); открытие фонтанов в Петергофе (Ленинградская область); Ысыах (Республика Саха); парады в честь Дня Победы (Москва, другие города России); фестивали «Легенды Тамани» (ст-ца Тамань); международный фестиваль этнической музыки и ремесел «Мир Сибири» (Красноярский край);

2) театральные и кинофестивали: международный театральный фестиваль им. А.П. Чехова (г. Москва); открытый российский кинофестиваль «Кинотавр» (г. Сочи);

3) музыкальные фестивали и конкурсы: пикник «Афиши» (г. Москва); международный конкурс им. П.И. Чайковского (г. Москва); «Усадьба Джаз» (г. Санкт-Петербург); рок-фестивали KUBANA (ст-ца Тамань) и «Нашествие» (с. Большое Завидово, Тверская обл.); грушинский фестиваль самодеятельной песни (г. Самара);

4) спортивные события: зимние Олимпийские игры в Сочи 2014 г.; теннисный турнир «Кубок Кремля» (г. Москва); Чемпионат мира по футболу 2018 г.; Гран-при России автогонок серии «Формула-1» в Сочи 2014 г.;

5) гастрономические фестивали: праздник еды (г. Москва); большой Московский международный фестиваль пива (г. Москва); фестиваль «Море пива в Сочи» (г. Сочи, Краснодарский край); праздник огурца (г. Суздаль, Владимирская область);

6) выставки, ярмарки, технические салоны, аукционы: международным авиационно-космическим салоном в г. Жуковском (Подмосковье); Московской международной выставкой «Путешествия и туризм» (МИТТ) (г. Москва); военно-морским

салоном (г. Санкт-Петербург); Московской бьеннале современного искусства (г. Москва); выставкой «Белые ночи в Перми» (г. Пермь);

7) фестивали и выставки цветов;
8) показы мод.

Статистика событийного туризма говорит об относительно медленном развитии данного сегмента в России. Данный процесс тормозит множество факторов.

Путешествовать по России, с какими бы то ни было целями, дорого, причем как для зарубежного туриста, так и для россиянина.

Многие российские регионы не готовы предоставить туристам достойную инфраструктуру. В потенциально привлекательных для туристов городах их просто негде размещать. Отсутствуют гостиницы необходимого уровня, персонал не обучен работе с массовым потоком.

Другая составляющая низкого уровня российского сервиса – непрофессиональные кадры. Многие работники гостиничных предприятий не имеют соответствующего образования.

Существуют также проблемы в организации и проведении мероприятий. Многие российские фестивали на открытом воздухе часто не обеспеченны достаточным количеством необходимой инфраструктуры. Часто возникает проблема некорректной работы правоохранительных органов при входе на площадку события, а также в течение самого фестиваля.

Развитие событийного туризма в России также сдерживает слабая информированность потенциальных туристов за рубежом и в регионах России о проводимых в стране мероприятиях. Незаинтересованность государства в развитии туризма в регионах и недостаток финансовой поддержки со стороны государства всегда становятся главными проблемами отрасли. Следует отметить проблему, с которой сталкиваются зарубежные туристы. Речь идет о сложности получения визы в Россию.

Событийный туризм начал развиваться в России не так давно. Соответственно, событий, действительно способных привлечь туристов в Россию, пока не слишком много. Большинство перечисленных мероприятий имеют местный масштаб и значение. Однако регионы стремятся к привлечению гостей, и в последние годы создается много новых мероприятий и фестивалей для увеличения турпотока.

Список использованных источников

1. *Александрова Н.* Выставочный менеджмент. М., 2005.
2. *Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А., Баядян А.Ю.* Интеграция России в мировой туристский рынок. Краснодар, 2014.
3. *Романова К.* Туризм ныряет в кризис. URL: http://www.gazeta.ru/business/2015/03/04/6435381.html.
4. Российский союз туриндустрии. URL: http://www.rustourunion.ru/pages/rus/vstuplenie_v_rst/sobytiyinyyi_turizm.

Э.А. Рыживолова, М.С. Коротких

ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: The article presents the main factors of development of military-patriotic tourism in Russia. Particular attention is paid to the patriotic education of young people using the techniques of tourist- tour training.

Keywords: integration military-patriotic tourism, patriotic education of youth, excursion training.

Героем называют человека, который совершил подвиг – защитил свою Родину, спас других людей, победил врагов в годы войны. Но бывают целые города-герои. В России таких городов девять: Москва, Санкт-Петербург (Ленинград), Мурманск, Тула, Смоленск, Волгоград (Сталинград), Керчь, Севастополь и Новороссийск. В настоящее время Киев и Одесса находятся на территории Украины; Минск и Брестская крепость – в Республике Беларусь. За великое мужество, стойкость и героизм, проявленные жителями этих городов в годы Великой Отечественной войны, городам была вручена Золотая Звезда и присвоено звание «Город-герой».

В настоящее время Россия в качестве страны, развивающей туризм, занимает весьма незначительное место на мировом туристском рынке. На долю въезжающих в Россию туристов приходится примерно 1% мирового туристского потока. Это весьма

низкий показатель, учитывая, что культурно-исторический и природный потенциал России гораздо выше, чем во многих странах, с традиционно высокой туристской посещаемостью [1]. Развитие российского внутреннего и въездного туризма сдерживается целым рядом негативных факторов, к которым относятся: отсутствие комплексного взгляда на страну и отдельные ее регионы как на туристскую дестинацию; бедность ассортимента предлагаемых услуг; недостаточное развитие туристской инфраструктуры; неудовлетворительная работа транспортных предприятий; поток негативной информации в средствах массовой информации о криминальной ситуации в стране; ограниченность рекламы российских туристских направлений за рубежом, что приводит к ориентации населения страны на выездной туризм.

Объекты туристского интереса достопримечательности, природные объекты и природно-климатические зоны, социально-культурные объекты показа и иные, способные удовлетворить потребности туриста в процессе осуществления туристской поездки или путешествия и потребления туристских услуг. Однако для того, чтобы эти объекты были бы реально использованы в целях туризма, необходима надлежащая инфраструктура и индустрия туризма, которая обеспечит доведение до туриста информации о данном туристском объекте, необходимой и достаточной для уверенной мотивации выбора путешествия именно в эту местность и к этому объекту; достаточно комфортную и безопасную доставку туриста к этой местности; размещение, питание и прочие услуги.

Богатое историко-культурное наследие и уникальные природные ресурсы являются факторами, формирующими привлекательность России как перспективной туристской державы, а города-герои России являются не просто обычными объектами туристского интереса, а центрами военно-патриотического туризма и воспитания подрастающего поколения.

У каждого города, как и у каждого человека, своя судьба: время рождения (основания), развития, время взлётов и падений, время героических дел. Почетное звание «Город-герой» присваивалось Указом Президиума Верховного Совета СССР тем городам Советского Союза, жители которых проявили массовый героизм и мужество в защите Родины во время Великой Отечественной войны [4] .

В современных условиях проблемы воспитания молодого поколения посредством использования туристско-экскурсионного потенциала территории страны, приобрели особую остроту. Именно поэтому нравственное, гражданское, патриотическое воспитание становится приоритетной общенациональной задачей.

В настоящее время накоплен значительный опыт организации и проведения работы по патриотическому воспитанию молодежи, функционирует целый ряд патриотических клубов и центров, которые ставят перед собой задачу духовно-нравственной готовности честно и добросовестно выполнять возлагаемые на них общегражданские обязанности.

Одним из эффективных способов патриотического воспитания выступает использование туристских технологий. В частности развитие военно-патриотического туризма в городах-героях, подготовлены и проводятся автобусных и пешеходных туров по местам боевой славы. Во время таких походов происходит знакомство с природой, культурой, посещаются места боевой и трудовой славы, возлагаются цветы и венки к местам захоронений, встречи с ветеранами и т.д. Ведь туристские технологии входят в число наиболее эффективных способов патриотического воспитания в современных условиях.

Немало в стране памятников истории, посвященных ратным победам и подвигам. И поезда славы, и поездки по местам исторических побед с уверенностью можно назвать военно-патриотическим туризмом. Туризм основан на целевом и разумном использовании туристских ресурсов, которые являются объектами туристского интереса, потенциально способными удовлетворять потребности людей, возникающие у них в процессе занятий туризмом. Отдельные туристские ресурсы предполагают лишь туризм в ограниченных масштабах, поскольку в данном случае посещение объектов туристского интереса может быть связано с опасностью для жизни человека или этот интерес имеет кратковременный ресурс по каким-либо показателям, чаще всего временным [2].

В последнее десятилетие в России патриотизм стал одной из самых дискуссионных тем, широко обсуждаемых в различных сферах реформируемой российской государственности. Принимаются государственные программы, например: «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001–2005 гг.» и «Патриотическое

воспитание граждан Российской Федерации на 2006–2010 гг.», «Концепции патриотического воспитания граждан Российской Федерации», в которых патриотизм определяется как «любовь к Родине, преданность своему Отечеству, стремление служить его интересам и готовность, вплоть до самопожертвования, к его защите» [1].

В целом на сегодняшний день можно констатировать наличие значительного числа разнонаправленных мнений по вопросам патриотизма, отсутствие в обществе единого понимания патриотического воспитания, а также недостаточную системность и четкость государственной политики в этой сфере. И это проблемы, которые ожидают своего решения.

Вопросы патриотического воспитания должны оставаться в центре внимания нашей государственной деятельности. Причем эта работа должна вестись, что называется, с пониманием ответственности задачи, она не должна быть шаблонной, она должна доходить до сердца. Вопрос патриотического воспитания не может быть формальным, он должен именно сообразовываться с личными представлениями каждого человека о его месте, с его восприятием страны, Родины. Поэтому, конечно, этим нужно заниматься, заниматься и в школе, и в студенческих коллективах, но заниматься так, чтобы это создавало соответствующее желание у наших молодых людей, школьников и студентов изучать историю страны, создавало ощущение причастности к сегодняшнему дню и гордости, конечно, за те события, которые были в прежний период.

Патриотическое воспитание, являясь составной частью общего воспитательного процесса, представляет собой систематическую и целенаправленную деятельность органов государственной власти и общественных организаций по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины.

Современная российская система патриотического воспитания, в лице государственных и негосударственных организаций, представляет собой результат эволюции исторических форм патриотического воспитания, существовавших в нашей стране. Особенного внимания должны заслуживать методики туристско-экскурсионного обучения, применяемые в ходе проведения ознакомительных экскурсионных маршрутов, обзорных и

тематических экскурсий, познавательных туристских маршрутов, а также комплексной работы по подготовке гидов-экскурсоводов в России.

Список использованных источников

1. Въездной туризм в России. URL: http://rusotourism.ru/
2. Города-герои. URL: http://www.9maya.ru/2012/05/07/
3. *Дворниченко В.В.* История международного и национального туризма. М., 2005.
4. Дорогами славы. URL: http://www.krasnodar-region.com/society/88-social/

Д.Ю. Шуляков, М.С. Шулякова

ИСТОРИЧЕСКАЯ РЕКОНСТРУКЦИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кубанский государственный университет

Summary: Historical reconstruction is an action that uses the method of role-playing and at the same time a scientific experiment for in-depth study of historical questions. It simultaneously recreates elements of material and spiritual culture of a particular historical epoch and the region with archaeological, visual and written sources.

Keywords: Historical reconstruction, scientific experiment, extreme tourism, exotic tourism

Историческая реконструкция как вид хобби появился в России в конце 1980-х гг. и поучил распространение в кругу людей, увлекающихся историей. Реконструкция – это движение, использующее метод ролевой игры и одновременно научного эксперимента для углублённого изучения исторических вопросов. Одновременно воссоздаются элементы материальной и духовной культуры той или иной исторической эпохи и региона с использованием археологических, изобразительных и письменных источников. В исторической реконструкции есть множество направлений, из которых в настоящее время наиболее популярны

«живая история» и турниры. «Живая история» находится на стыке таких дисциплин как экспериментальная археология и музейная педагогика. Это прежде всего воссоздание повседневного быта жителей какого-либо места в определённый исторический период (обычно в форме организации «музея живой истории» или проведения фестиваля «живой истории»), а также уроков «живой истории» в школах. Тут важно абсолютно все, начиная от кроя и внешнего вида носимой одежды и заканчивая аутентичными рецептами кухни.

В период с 3 по 9 мая 2015 г. впервые в Краснодарском крае в с. Шабановском Северского района проводился фестиваль исторической реконструкции *«L'Ultima Frontiera»* (*итал.* – «Последний рубеж»). Участниками его стали более 200 реконструкторов из Белоруссии, Украины, Крыма, Архангельской, Московской, Самарской областей и Санкт-Петербурга. Ранее фестиваль проводился в Крыму, но в 2014 г., после воссоединения с Россией, в связи с напряженной обстановкой был перенесен в Краснодарский край.

Рисунок 1 – Обучение средневековому воинскому искусству и ремеслам (фото авторов)

В программе фестиваля проводились мастер-классы по стрельбе из различного вида средневекового оружия, обучение средневековым ремёслам (рис. 1), этнической кухне, игре на средневековых музыкальных инструментах, флорентийскому футболу и др. Можно было приобрести различные сувениры ручной работы, сделанные здесь же, или сфотографироваться в средневековых доспехах.

Попадая в лагерь участников фестиваля, без «машины времени» можно было очутиться в конце XV в., где всё соответствует этому периоду: палатки, мебель, посуда. Подобные мероприятия интересны не только самим участникам, но и зрителям, которые могут воочию посмотреть на нехрестоматийную историю своей страны, на то, как жили их предки в XV веке (рис. 2).

Рисунок 2 – Реконструкция средневекового быта (фото авторов)

Что же касается турниров, а также реконструкций полевых сражений, то сутью этого направления является изучение и применение на практике военного искусства определённой эпохи (рис. 3). Многое берётся из источников того времени, кое-что додумывается людьми исходя из здравого смысла. А в результате получается интересное, познавательное и зрелищное представление. Турниры могут разделяться на постановочные (для зрителей) и спортивные, на которых зрители могут объективно оценить свои силы и умения.

Рисунок 3 – Реконструкция средневековых сражений – залп из ручных кулеврин (фото авторов)

На территории Краснодарского края сохранилось большое количество памятников и памятных мест, непосредственно связанных с событиями Великой Отечественной, Гражданской, Кавказской войн и периода освоения Россией территории Северного Кавказа и Античности. Все эти памятники составляют часть историко-культурного наследия России и имеют большое значение для воспитания уважения к славному героическому прошлому России, формирования чувства долга перед Отечеством, воспитания подрастающего поколения и нации в целом в духе патриотизма [1]. С этой точки зрения все памятники являются объектами изучения и экскурсионного показа и могут быть частью той или иной реконструкции, а также самостоятельными объектами туризма.

Список использованных источников

1. *Шуляков Д.Ю., Шулякова М.С.* Перспективы развития военно-исторического туризма в Туапсинском районе Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2014.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 3

УПРАВЛЕНИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ТЕРРИТОРИИ

Александрова А.Ю. 4
Туризм в эпоху впечатлений

Андреянова С.И. 8
Некоторые проблемы подготовки экскурсоводов в России

Анисимова В.В., Романова И.А., Некрасова М.Л. 12
Внедрение новых педагогических технологий на сервисных направлениях географического факультета КубГУ

Баядян А.Ю., Кузякина М.В. 17
Трансграничное сотрудничество интеграционных группировок Краснодарского края в туристской сфере

Григорян Ц.А. 21
Управление качеством услуг в системе культурно-познавательного туризма

Жаворонков Д.В., Артюкова Д.В. 24
Личностные компетенции менеджера гостиничного предприятия

Зевреева З.Н. 28
Современные тенденции развития туристско-рекреационной деятельности в Крыму

Калоева З.Ю., Кокоева А.В. 32
Анализ развития туристско-рекреационных зон СКФО

Клейман А.А., Бабанчикова О.А. 35
Стратегия развития туристского бизнеса в условиях экономической нестабильности

Кропинова Е.Г., Драгилева И.И. 40
Формирование кластера медицинского туризма в Калининградской области

Крыленко В.В., Косьян Р.Д. 44
Региональные особенности комплексного управления прибрежными зонами

Курузова М.Р., Кузнецов И.К. 47
Оценка влияния создания туристских кластеров в Краснодарском крае на туристский поток в регионе

Мальпарптиду Чинча Я.Р., Мальпарптиду Джованни Е.Ф., Никишов С.Ю. 51
Российско-перуанские отношения в туризме

Миненкова В.В., Максименко А.Г. 54
Опыт функционирования туристско-информационных центров на Юге России

Никишов С.Ю. 60
Привлечение туристов в Краснодарский край в условиях кризиса и присоединения Крыма к России

Пермякова Н.И. 64
Клиентоориентированные стандарты как часть корпоративной культуры предприятия размещения

Пономарёва Н.В., Воронина В.В., Приходько А.В. 67
Современные тенденции развития туристической отрасли в Причерноморье России

Салеева Т.В. 71
Содействие развитию импортозамещения – направление антикризисной политики государства

Севастьянов Д.В., Григорьев Ал.А., Коростелев Е.М., Сергеева Е.Ю. 75
Резервы развития внутреннего и въездного туризма в России

Сидорова Д.В., Сидоров А.А., Филобок А.А. 80
Возможности и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Юга России в новых геоэкономических условиях

Тишкина А.Г. 84
Подготовка кадров для экскурсионного обслуживания в СПбГУ на направлениях «География» и «Туризм»

Фоменко В.Г. 87
Геополитические факторы развития туристско-рекреационного комплекса Приднестровья

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ

Doumit J.A. 91
Leabanese ski resorts snow cover monitoring using remote sensing technologies

Алиева Ф.Б. 95
Территориальная организация туристской деятельности в Краснодарском крае

Анисимова В.В., Пелина А.Н. 102
Современное состояние индустрии гостеприимства на территории Краснодарского края (на примере средств размещения как сегмента отрасли)

Аракелов А.С. 105
Оценка природных рекреационных ресурсов территории на основе индикаторного метода анализа

Ашкинадзе И.И. 109
Социально-экономические и культурно-психологические аспекты развития туризма

Бабиков В.А. 113
Геоэкологическая характеристика минеральных холодных источников Селенгинского среднегорья

Бекух З.А., Щеглова З.П., Говоруцкая И.А. 117
Использование рекреационных ресурсов Приморско-Ахтарского района

Борисевич С.П., Ашкинадзе Я.А. 121
Дестинация оздоровительного туризма города-курорта Анапа

Брылёва Д.О., Максименко А.Г. 125
Анализ приоритетных направлений развития активных видов туризма в России

Букарева О.В., Локтионова И.Л. 129
Биологический потенциал санатория «Лесная сказка» Майкопского района Республики Адыгея

Буссель Е.В. 133
Перспективы развития туризма в Крыму

Веселов Д.С., Русак С.А. 136
Перспективы развития туризма в Краснодарском крае

Волкова Т.А. 140
Эколого-рекреационный потенциал в развитии туризма

Гвазава Н.В., Кайтамба М.Д. 146
Обустройство пляжа г. Новый Афон Республики Абхазия

Гетман А.О., Гетман Ю.П. 148
Инфраструктурный комплекс Абинского района Краснодарского края

Гришина Е.А., Жирма В.В. 154
Рекреационный потенциал городских водоемов Краснодара

Дейко С.Ю., Гаджиев З.Х., Симонян Д.А. 157
Этнотерриториальный состав Крымского федерального округа и потенциал развития этнического туризма

Дунец А.Н., Шлыкова А.С. 162
Предпосылки и современное развитие Алтайской курортно-рекреационной местности

Калоева З.Ю., Гасиева Н.Г. 166
Разработка рекомендаций по организации гастрономических туров в РСО – Алании

Камбарова Е.А. 170
Современный уровень развития туристско-рекреационного комплекса в муниципальных образованиях Краснодарского края

Карпова Ю.И. 174
Ресурсы Краснодарского края для развития пляжного туризма лиц с ограниченными возможностями

Кирсанова Е.С., Рыживолова Э.А., Стародубцева Ю.А. 179
Комплекс питания в курортно-рекреационном хозяйстве Краснодарского края

Комаревцева Н.А., Аванесова С.М. 184
Тенденции развития индустрии специализированных средств размещения Краснодарского края

Комаров Д.А., Камышанский И.Н. 188
Применение ГИС-технологий в картографировании туристской инфраструктуры г. Горячий Ключ

Комаров Д.А., Олейник И.В. 192
Использование ГИС-технологий в анализе развития рекреационного хозяйства территории (Краснодарский край)

Куделя А.В. 196
Горно-предгорные районы Краснодарского края: границы, направления и специфика развития туризма

Кудинова Л.М., Богданова Т.В. 201
Транспортный фактор в развитии туристско-рекреационного комплекса Юга России

Левченко А.Г. 204
Российский рынок спортивно-оздоровительных услуг

Линькова А.А., Максименко А.Г. 209
Современные тенденции в организации гастрономических туров

Литвинов А.Е., Бекух З.А. 213
Оценка рекреационного потенциала Псебайского заказника для развития сборного любительского отдыха

Марухно А.В., Жирма В.В. 217
О рекреационном использовании степных рек Краснодарского края

Меркулов П.И., Меркулова С.В. 221
Анализ биоклимата Республики Мордовия для целей рекреации

Миненкова В.В., Слюсарь М.А. 225
Организация свободного времени туристов на горнолыжных курортах (на примере Красной Поляны)

Михайлов В.С. 229
Проблемы и перспективы развития климатического туризма в Республике Башкортостан

Мищенко А.А., Мищенко Н.А., Щеглова З.П. 233
Современное состояние и проблемы рекреационной деятельности в Горяче-Ключевской курортно-рекреационной зоне

Нагалевский Э.Ю. Нагалевский Ю.Я.,
Харченко Н.В., Завгородняя В.П. 237
Особо охраняемые водные объекты и их роль в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края

Нагалевский Ю.Я., Нагалевский Э.Ю.,
Таценко Ю.С., Харченко Н.В. 241
Курорты местного значения на территории Краснодарского края

Парамонова С.В., Шаврина А.В., Задорожняя А.Н. 244
Проблемы и перспективы развития предприятий детского оздоровительного отдыха

Погорелов А.В., Бойко Е.С. 248
Ледник Фишт (Западный Кавказ): динамика и современное состояние

Погребицкая И.Э., Шуляков Д.Ю. 252
Последствия строительства и эксплуатации дорог в курортно-рекреационной зоне горной и высокогорной части Краснодарского края

Половинко М.Г. 256
Факторы привлекательности Краснодара как объекта туристского интереса, способы повышения привлекательности города для потребителей

Постарнак Ю.А., Литвинская С.А. 259
Выделение реликтовых сообществ сосны пицундской на крайней западной части Большого Кавказа (г. Лысая – п-ов. Абрау) в системе классификации Браун-Бланке

Романов С.М., Брюханова Г.Д.,
Квасов А.С. , Битюков Н.А. 261
Современные экологические проблемы горных туристских дестинаций и пути их решения

Самойленко У.Ю., Рыживолова Э.А. 264
Региональные особенности ассортимента услуг гостиничных предприятий Краснодарского края

Сечкина А.С., Романова И.А. 267
Развитие туристской инфраструктуры Республики Адыгея

Сечкина А.С., Романова И.А. 271
Стратегия развития спортивного туризма в Республике Адыгея

Темиров Д.С., Темиров Т.Д. 275
Туристско-рекреационный потенциал территории как основа развития туристской отрасли

Федорова Е.А., Хомчановский А.Л. 278
Рекреация, особо охраняемые природные территории, памятники природы, истории и культуры Красноярского водохранилища

Филиппова М.В., Скурыдина В.Б., Аксенова О.Н. 282
Постолимпийский Сочи: перспективы сохранения природного наследия, развитие экотуризма в Красной Поляне

Хорошкин Ю.Н. 285
Особенности развития туризма между Израилем и Россией в современных условиях

Цулая И.В., Хагуш С.А. 287
Особенности международного туризма Гагрского района Республики Абхазия

Чаплыгина О.Г. 291
Подходы к рекреационно-географическому изучению территории

Шаврина А.В., Парамонова С.В., Задорожняя А.Н. 295
Особенности потребительского спроса на услуги предприятий детского оздоровительного отдыха

Шарматава А.Р., Квициния Д.Г. 299
Факторы развития сельского туризма в Республике Абхазия

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Аракелов М.С., Аракелов А.С. 303
К вопросу применения ИРЧП для целей оценки уровня социально-экономического развития территорий на региональном и муниципальном уровне

Беликов М.Ю., Баядян А.Ю. 306
Использование статистико-математических методов в построении туристских интеграционных группировок Краснодарского края

Ветитнев А.М., Конторских А.П. 310
Изучение клиентоориентированности дестинаций Краснодарского края

Горецкий В.В. 317
Привлечение инвестиций в курортный комплекс Краснодарского края

Золотова Е.В. 321
Экономическая эффективность воздействия туризма в Египте

Ибрагимов Э.Э. 325
Совершенствование технологии разработки тура с целью повышения экономической эффективности туристского предприятия

Илясова Е.В. 328
Маркетинговое планирование стратегического развития туристской территории

Карташевская И.Ф. 332
Экскурсионные ресурсы как фактор экономического развития рекреационных территорий

Кудаева З.Р. 336
Разработка концепции маркетинговой политики курортной территории и стратегии ее реализации (на примере муниципального образования г. Горячий Ключ)

Кудаева З.Р., Некрасова М.Л. 340
Технологии маркетинга курортной территории в реализации стратегии завоевания и расширения рынка

Левченко А.Г. 344
Особенности маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг

Максимов Д.В., Куделя Е.В., Кошутина А.А., 348
Антошкина В.В., Плюснина Д.С.
Туристско-рекреационный парадокс Краснодарского края

Максимов Д.В., Пелина А.Н., 352
Куделя Е.В., Гадушкина К.Н.
Экстенсивный и интенсивный пути развития ТРК

Молочников Н.Р., Зайцева Е.Е. 356
Неоиндустриализация в условиях глобальной нестабильности

Пунько И.М., Лях Ю.Р. 360
Стратегические позиции туристских компаний в условиях конкуренции

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Долженко Г.П., Ивлиева О.В., Гочияева Ф.К. 365
Проект авто – тура «от Родины Чехова до Черноморского побережья»

Игнатенко Е., Королева И.С. 367
Событийный туризм в Еврорегионе «Слобожанщина»

Притчина З.И., Язвинская Ю.Ю. 371
Популяризация литературных экскурсий для школьников

Фирсова А.В., Харитонова Н.В. 375
Экскурсионные услуги на курортах Пермского края: принципы организации

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Акопян А.В. 381
Медико-экологические и физиологические основы рационально организованного отдыха в г. Краснодаре

Акопян А.В., Некрасова М.Л. 385
Защита туриста от неблагоприятного влияния окружающей среды с помощью активных видов отдыха

Борисова М.В. 388
Мотивы выбора мест отдыха как новые технологии в санитарно-курортном оздоровлении (на примере верховья р. Кубань)

Калустова И.С., Волкова Т.А. 391
Биопозитивность зданий и сооружений города как ресурс туризма

Кириличева С.В., Филобок А.А. 396
Музейный туризм, как одно из приоритетных направлений диверсификации туристского продукта в Краснодарском крае

Клепикова С.А. 400
Энергосберегающие технологии в гостиничном бизнесе на примере гостиничного комплекса «MariSol» г. Приморско-Ахтарска Краснодарского края

Кощеев С.В. 404
Системный подход к управлению внедрением инноваций в оздоровительных учреждениях

Маркарян В.Р. 407
Этносоциальная и этнокультурная среда как специфический ресурс развития туризма

Некрасова М.Л., Краснова Н.В., Романова И.А. 411
Экологический туризм как приоритетное направление диверсификации Российского туристского продукта

Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А. 415
Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок

Рыживолова Э.А., Коротких М.С. 419
Военно-патриотический туризм в России

Шуляков Д.Ю., Шулякова М.С. 423
Историческая реконструкция как перспективное направление развития туризма в Краснодарском крае

Научное издание

КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

Материалы
III Международной научно-практической конференции
пос. Небуг, 22–24 апреля 2015 г.

Статьи печатаются в авторской редакции

Подписано в печать 15.04.2015. Формат 60x84 1/16
Печать цифровая. Усл. печ. л. 27,25
Тираж 100 экз. Заказ № 2200.

Кубанский государственный университет
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149